PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI

Nurani Soyomukti

PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI

Nurani Soyomukti

PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI

Nurani Soyomukti

Editor: Meita Sandra
Proofreader: Nur Hidayah
Desain Sampul: TriAT
Desain Isi: Leelo Legowo

Penerbit:
AR-RUZZ MEDIA
Jl. Anggrek 126 Sambilegi, Maguwoharjo,
Depok, Sleman, Jogjakarta 55282
Telp./Fax.: (0274) 488132
E-mail: arruzzwacana@yahoo.com

ISBN: 978-979-25-4812-9
Cetakan II, 2012

Didistribusikan oleh:
AR-RUZZ MEDIA
Telp./Fax.: (0274) 4332044
E-mail: marketingarruzz@yahoo.co.id

Perwakilan:
Jakarta: Telp./Fax.: (021) 7816218
Malang: Telp./Fax./: (0341) 560988

Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT)
Soyomukti, Nurani
Pengantar Ilmu Komunikasi/Nurani Soyomukti-Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2012
380 hlm, 14 X 21 cm
ISBN: 978-979-25-4812-9
1. Ilmu Komunikasi
I. Judul II. Nurani Soyomukti

Pengantar Penerbit

c r d

Hakikat manusia sebagai makhluk sosial mendorong manusia untuk saling berkomunikasi satu sama lain. Komunikasi digunakan untuk menyampaikan pesan dan informasi. Dengan demikian, wawasan dan pengetahuan manusia berkembang. Proses komunikasi ini terjadi sejak manusia hadir dalam kehidupan. Sejak manusia hadir dalam kehidupan, sejak itu pula terjadi proses pertukaran ide, informasi, gagasan, keterangan, imbauan, permohonan, saran, usul, bahkan perintah.

Secara umum, komunikasi dapat didefinisikan sebagai usaha penyampaian pesan antarmanusia. Ilmu Komunikasi adalah ilmu yang mempelajari usaha penyampaian pesan antarmanusia. Objek Ilmu Komunikasi adalah komunikasi, yakni usaha penyampaian pesan antarmanusia. Ilmu Komunikasi tidak mengkaji proses penyampaian pesan kepada makhluk yang bukan manusia (hewan dan tumbuh-tumbuhan).

Komunikasi terjadi di mana saja dan kapan saja. Wilayah komunikasi bisa ada dalam ranah makro dan mikro. Mulai dari dua

orang, misalnya dalam hubungan "pacaran" (sepasang kekasih); antara beberapa orang (misalnya, dalam keluarga); antara banyak orang, misalnya dalam suatu sekolah atau partai politik; hingga yang melibatkan banyak sekali orang atau melibatkan pihak dalam jumlah yang masif (komunikasi massa).

Masing-masing tataran dan konteks komunikasi tersebut memiliki latar belakang dan pengaruh yang berbeda bagi tiap-tiap orang, baik sebagai komunikator (penyampai pesan) maupun sebagai komunikan (penerima pesan), termasuk juga akan menentukan bagaimana dan seberapa besar kekuatan media yang akan dibuat.

Komunikasi juga tidak hanya mempelajari pertukaran informasi atau pesan antara dua orang saja. Komunikasi juga dapat melibatkan banyak orang, misalnya saja kelompok, organisasi, atau rakyat. Komunikasi juga digunakan sebagai media antar-budaya.

Buku ini mengantarkan Anda mempelajari Ilmu Komunikasi lebih mendalam. Dengan disertai contoh-contoh yang relevan dalam kehidupan sehari-hari, buku ini tidak menjadi buku yang "kaku" dan "berat". Akhir kata, selamat membaca dan memasuki gerbang Ilmu Komunikasi.

Yogyakarta, November 2010

Redaksi

Daftar Isi

c r d

Pengantar Penerbit 5
Daftar Isi 7

BAB I **Hakikat Ilmu Komunikasi** 11
A. Dari Fenomena Menjadi Ilmu Komunikasi 11
B. Sifat Ilmu Komunikasi 19
C. Perkembangan dan Pendekatan Ilmu Komunikasi 21
D. Penelitian Komunikasi 36

BAB II **Definisi dan Hakikat Komunikasi** 55
A. Mendefinisikan Komunikasi 55
B. Unsur-Unsur Komunikasi 58
C. Hakikat Komunikasi 66

D. Komunikasi sebagai Aktivitas Simbolis dan Pertukaran Makna 81
E. Komunikator Humanistik 85

BAB III Komunikasi Intra-personal 97
A. Psikologi Komunikasi Intra-pribadi 98
B. Berpikir dan Hasil Pergulatan dalam Diri 113

BAB IV Komunikasi Inter-personal 141
A. Definisi 141
B. Hubungan Komunikasi Intrapersonal dengan Komunikasi Antarpribadi (Interpersonal) 144
C. Kelebihan dan Kelemahan Komunikasi Interpersonal 151
D. Kasus Komunikasi dalam Hubungan Suami Istri 153

BAB V Komunikasi Kelompok dan Komunikasi Organisasi 173
A. Pengertian Kelompok 173
B. Pengertian Komunikasi Kelompok 176
C. Komunikasi Organisasi 178

BAB VI Komunikasi Massa 191
A. Definisi Komunikasi Massa 192
B. Model Komunikasi Massa 196
C. Media Massa 198
D. Pers Indonesia dan Politik Pers 207

BAB VII Menguak Kuasa Komunikasi dan Media dalam Masyarakat Kapitalis 219
A. Kapitalisme dan Komunikasi yang Terhambat 221

B. Globalisasi Kapitalis, Kemiskinan, dan Komunikasi Antar-kelompok 232
C. Utopia "Komunikasi Bebas Hambatan" dalam Masyarakat Kapitalis: Kritik Terhadap Jurgen Habermas 249
D. Posisi dan Peran Media dalam Masyarakat Kapitalis 256
E. Kudeta Politik Media: Kasus Venezuela 267

BAB VIII Komunikasi Antar-budaya dan Proses Saling Memahami Untuk Mencegah Konflik Sosial 289
A. Gejala Keanekaragaman Budaya dan Konflik Antar-Kebudayaan dalam Konteks Global 293
B. Komunikasi Antar-budaya dan Dinamika Hubungan Antar-manusia 318
C. Komunikasi Antar-budaya 328
D. Dominasi Budaya Borjuis Lewat Media ... 333
E. Bahasa dan Dominasi Budaya Kelas 341
F. Dialog Antar-budaya dan Etika Global (Global Ethic) 346

Daftar Pustaka 353
Profil Penulis 367
Indeks 371

BAB I

Hakikat Ilmu Komunikasi

b r a

A. Dari Fenomena Menjadi Ilmu Komunikasi

Bayangkan jika hidup tanpa komunikasi. Dalam kajian ilmu sosial (Sosiologi), syarat terjadinya interaksi sosial adalah adanya (1) kontak sosial; dan (2) komunikasi.[1] Komunikasi adalah suatu hubungan yang melibatkan proses ketika informasi dan pesan dapat tersalurkan dari satu pihak (orang dan benda/media) ke pihak lain.

Tanpa adanya komunikasi, sejarah peradaban manusia tak akan dapat maju sebagaimana tak ada hubungan yang memungkinkan informasi/pesan dapat dibagi kepada orang lain yang membuat informasi/wawasan/pesan dapat tersampaikan. Sejak manusia hadir dalam kehidupan, sejak itu pula terjadi proses pertukaran ide, informasi, gagasan, keterangan, imbauan, permohonan, saran, usul, bahkan perintah. Dengan itu pula, informasi atau pengetahuan yang ditemukan oleh seseorang atau kelompok manusia dapat diterima

1. Soerjono Soekanto, *Sosiologi: Suatu Pengantar*, (Jakarta: CV. Rajawali, 1985), hlm. 58.

banyak orang dan pada akhirnya persepsi terhadap suatu hal mampu membuat masyarakat memahaminya secara bersama-sama.

Di berbagai bidang, baik ekonomi, budaya, maupun politik, pertukaran dan penyampaian pesan merupakan kekuatan yang efektif untuk mengubah masyarakat, bahkan membangun kekuatan politik. Dalam bidang politik, misalnya, struktur komunikasi khusus untuk keperluan membangun sistem kekuatan politik dan negara, menjadi suatu kebutuhan yang sangat penting. Di zaman Jengis Khan, misalnya, imperium politik yang dibangunnya mempunyai suatu sistem pengiriman surat (kurir) yang menghubungkan seluruh wilayah kerajaan dengan kecepatan yang mengagumkan. Kerajaan Mesopotamia (Mesir kuno) juga mempertautkan arus komunikasi di wilayahnya melalui armada perahu yang berlayar sepanjang sungai Nil.

Komunikasi merupakan gejala yang ada sejak manusia berinteraksi satu sama lain dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup dan mengembangkannya, diwarnai dengan berbagai hubungan kekuasaan. Perkembangan fenomena komunikasi dengan demikian tergantung sejauh mana perkembangan sumber komunikasi, yaitu pesan dan informasi (pengetahuan yang ada pada masyarakat), hingga media (teknologi komunikasi) yang ada. Mulai dari penggunaan daun lontar, menggunakan jasa kurir, burung merpati untuk berkirim surat, hingga penggunaan teknologi yang sudah terbuat dari mesin elektronik dan seluler seperti sekarang ini, gejala komunikasi berkembang seiring dengan kemajuan pada ranah teknologi.

Sejak awal sejarah masyarakat, siapa yang menguasai sumber komunikasi dan media komunikasi, biasanya akan menjadi pihak yang berjaya dan berkuasa dalam masyarakat. Masyarakat yang memiliki media komunikasi maju, juga akan lebih berjaya dibandingkan masyarakat yang memiliki alat komunikasi sederhana. Sumber komunikasi adalah pesan, informasi, dan wawasan yang

membuat orang mengetahui banyak hal. Siapa yang mempunyai sumber-sumber komunikasi tersebut berarti memiliki legitimasi untuk mengarahkan orang-orang. Pengetahuan adalah sumber kekuasaan karena dengannya orang yang tidak memilikinya akan datang padanya untuk menanyakan apa yang terjadi. Pada era Yunani Kuno, para dukun (*Oracle*) adalah sumber informasi yang akan memengaruhi apa yang akan dilakukan oleh pemimpin atau raja. Pada masa selanjutnya, para filsuf sebagai tokoh yang memiliki banyak pengetahuan dan wawasan berpikir menjadi tokoh sentral bagi orang-orang untuk meminta pertimbangan.

Ketika orang-orang keranjingan pengetahuan dan wawasan inilah cara menyampaikannya pun juga dikembangkan, medianya pun juga dikembangkan. Cara menyajikan dan menyampaikan pikiran/pesan/informasi dan wawasan yang berbobot dan menarik kemudian dipelajari. Orang-orang dan para ilmuwan mulai tertarik untuk mempelajari seni menyampaikan pernyataan, seperti pidato. Inilah benih-benih munculnya penyelidikan dan penilaian terhadap cara berkomunikasi manusia.

Pada abad ke-5 SM, untuk pertama kalinya dikenal suatu ilmu yang mempelajari proses pernyataan antar-manusia yang kemudian dikenal dalam bahasa Yunani *rhetorike*. Pada abad-abad berikutnya, istilah itu dikembangkan di masa Romawi Kuno dalam istilah berbahasa Latin *rhetorika*. Kini, kita mengenal istilah itu dengan kata *retorika* (bahasa Inggris: *rhetoric*).

Di Yunani, negara pertama yang mengembangkan seni retorika dipelopori oleh Georgias (480—370 SM) yang dapat dianggap sebagai guru retorika pertama dalam sejarah umat manusia. Kaum yang paling banyak mengembangkan seni retorika ini di Yunani Kuno adalah kaum Sofis, yang merupakan kaum penggagas ide demokrasi dan pemerintahan yang mewakili rakyatnya. Maka, muncullah seni berpidato dalam rangka mewarnai proses politik demokrasi itu. Akan tetapi, kaum Sofis yang menunjung seni pidato sebagai alat

penarik perhatian dan pemutarbalikan kenyataan melalui kata-kata yang indah dikritik oleh tokoh lain, seperti Protagoras (500—432 SM) dan Socrates (469—432).

Protagoras berpendapat bahwa kemahiran berbicara bukanlah demi kemenangan, melainkan semata demi keindahan bahasa. Sedangkan, Socrates berpandangan bahwa retorika adalah demi kebenaran dengan dialog sebagai teknisnya. Dengan dialog, kebenaran akan timbul dengan sendirinya—inilah dasar-dasar teori Dialektika yang kemudian dikembangkan di zaman modern oleh Karl Marx. Kemudian, muncul Plato (murid Socrates) yang memandang bahwa retorika berperan penting bagi persiapan seseorang untuk menjadi pemimpin negara.

Masa kejayaan seni retorika Yunani muncul di era Demosthenes (384—322 SM) dan Aristoteles. Demostheles mewariskan 61 naskah pidato yang hingga saat ini masih tersimpan, di antaranya adalah sebuah pidato yang terkenal sangat indah, yang berjudul "Tentang Karangan Bunga". Pidato ini berisi sambutan terhadap rakyat yang memujanya pada saat ia baru saja berhasil menyingkirkan lawannya, Aichines.

Sedangkan, Aristoteles memasukkan seni retorika sebagai bagian bidang filsafat. Ia berkata, "Anda dalam retorika terutama menggelorakan emosi, itu memang baik, tetapi ucapan-ucapan Anda tidak dapat dipertanggungjawabkan. Tujuan retorika sebenarnya adalah membuktikan maksud pembicaraan atau menampakkan pembuktiannya. Ini terdapat pada logika retorika. Retorika hanya menimbulkan perasaan seketika meski lebih efektif daripada silogisme. Pernyataan pokok bagi logika dan bagi retorika akan benar apabila telah diuji oleh dasar-dasar logika."[2]

2. Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Penerbit PT. Citra Aditya Bakti, 2003), hlm. 4.

Dalam sejarah pemikiran filsafat dan ilmu pengetahuan, Aristoteles memang dikenal sebagai peletak ilmu logika. Dia menunjukkan sejumlah hukum yang mengatur kesimpulan-kesimpulan atau bukti-bukti yang sah. Misalnya, jika pertama-tama kita katakan "semua makhluk hidup akan mati" (sebagai premis pertama); dan kemudian kita katakan "kucing adalah makhluk hidup" (sebagai premis kedua); maka dapat kita katakan kesimpulannya sebagai berikut: "kucing akan mati".

Meskipun Aristoteles adalah murid Plato, filsafatnya berbeda dengan Plato. Plato dikenal sebagai bapak filsafat idealisme yang sangat asyik dengan bentuk-bentuk yang bersifat kekal, seperti "ide-ide". Sedangkan, Arsitoteles justru sangat tertarik memerhatikan perubahan-perubahan atau apa yang dinamakan sebagai "proses alam". Jadi, Aristoteles meninggalkan idealisme Plato menuju realisme. Ia ingin menyelidiki sifat-sifat umum dari segala yang ada di dunia ini. "Prima philosophia", yaitu filsafat yang pertama dan utama, mencari hakikat yang terdalam dari apa yang ada. Jadi, filsafatnya adalah ajaran tentang kenyataan atau ontologi, suatu cara berpikir realistis (lawan dari filsafat idealistis).

Jika Plato menganggap bahwa benda-benda yang dapat dilihat itu sebagai bayangan bentuk-bentuk murni yang ada di dunia lain, yaitu dunia ide (serba-cita)—Aristoteles menganggap bahwa hakikat suatu benda adalah benda itu: hakikatnya dan bentuknya ada pada zat sehingga orang harus mencari kesatuan objektif dalam bentuk yang banyak itu. Benda pertama-tama adalah substansi, jenisnya adalah hal yang kedua. Walaupun demikian, barang yang umum itu tidak berdiri sendiri, ia ada pada hal yang khusus itu. Yang umum itu adalah menurut nilai dan tingkatnya, yang pertama dan benda yang sebenarnya untuk diketahui.

Oleh karena itulah, ia menjadikan retorika sebagai konsep yang realis. Bagi Aristoteles, retorika dapat berarti:

- Seni persuasi melalui pernyataan yang logis;
- Suatu uraian yang harus singkat, jelas, dan meyakinkan; dan
- Menggunakan keindahan bahasa yang disusun untuk hal-hal yang bersifat memperbaiki (*corrective*), memerintah (*instructive*), mendorong (*suggestive*), dan mempertahankan (*defensive*).[3]

Di Romawi, kajian tentang pernyataan manusia dikembangkan oleh Marcus Tulius Cicero (106—43SM). Ia terkenal sebagai seorang orator, ditambah dengan karya bukunya tentang hal itu yang berjudul *De Oratore*. Ketika berpidato, ia memiliki suara yang bervolume berat dan berirama mengalun, menggema pada saat keras, dan halus pada saat memelas, kadang ia berorasi dengan disertai cucuran air mata. Cicero menjadikan retorika sebagai ilmu, yang menurutnya mencakup dua tujuan pokok: sebagai *suasio* (anjuran) dan *dissuasio* (penolakan).

Retorika gaya Cicero meliputi tahap-tahap sebagai berikut:[4]

- *Investio*: mencari bahan dan tema yang akan dibahas. Bahan yang telah diperoleh disertai bukti-bukti pada tahap ini dibahas secara singkat dengan menjurus kepada upaya-upaya mendidik, membangkitkan kepercayaan, dan menggerakkan perasaan;
- *Ordo Collocatio*: penyusunan pidato. Di sini orator dituntut untuk memiliki kemampuan mengolah kata-kata mengenai aspek tertentu berdasarkan pilihan mana yang paling penting, penting, kurang penting, dan tidak penting. Dalam hal ini, susunan pidato secara sistematis terbagi menjadi:
  - *Exordum* (pendahuluan);
  - *Narratio* (pemaparan);
  - *Conformatio* (peneguhan);
  - *Reputatio* (pertimbangan); dan
  - *Peraratio* (penutup).

3. *Ibid.*
4. *Ibid.*, hlm. 5.

Kajian komunikasi yang menekankan pada gejala penyampaian pesan melalui kata-kata yang secara praktis muncul dalam pengkajian tentang keterampilan dan seni berpidato dan retorika tersebut masih terwarisi hingga sekarang. Selain itu, konon juga sudah ada cikal bakal mengenai studi media meskipun belum layak disebut sebagai ilmu. Misalnya, di zaman Romawi ketika kaisar Romawi yang termasyhur, Gaius Julius Caesar (100—44 SM), mengeluarkan peraturan agar kegiatan-kegiatan senat setiap hari diumumkan kepada masyarakat dengan cara ditempel pada papan pengumuman yang dinamakan "Acta Diurna". Proses kegiatan ini mirip apa yang terjadi di zaman sekarang pada publikasi jurnalistik yang melaporkan (memberitakan) kegiatan-kegiatan politik dan pemerintahan agar diketahui, dinilai, dan dipolemikkan rakyatnya.

Kegiatan publikasi semacam itu hingga tahun 1 Masehi konon masih menggunakan daun lontar atau *papyrus*, kulit binatang, logam tipis, dan bahan-bahan lain sebagai medianya. Baru setelah ditemukan kertas yang berasal dari peradaban China pada 105 Masehi, kertas (atau dalam bahasa China dinamakan *Ts'ai Lun*) menjadi media bagi penyampaian pesan dan informasi.

Penemuan mesin cetak oleh Johannes Gutenberg di Jerman (1400—1468) menjadi bukti bahwa publikasi dapat dilakukan secara masif mengingat kemampuan mesin ini untuk melipatgandakan tulisan-tulisan. Informasi, pesan, wawasan, dan pengetahuan dapat disampaikan dan dipertukarkan secara masif kepada masyarakat, terutama kepada kelas yang terdidik. Pada 1609, muncul surat kabar pertama di Jerman bernama *Avisa Relation Oder Zeitung*, kemudian disusul *Weekly News* yang terbit di Inggris pada 1622.

Lama-kelamaan, surat kabar menjadi kekuatan yang sudah dipertimbangkan pengaruhnya. Tak heran jika orang besar, seperti Napoleon Bonaparte menyatakan bahwa ia lebih takut pada empat surat kabar daripada ratusan tentara dengan senjatanya. Artinya, surat

kabar telah mampu memunculkan opini yang dapat memengaruhi masyarakat, mengarahkan, dan mengendalikannya.

Memasuki abad ke-19, ilmu tentang surat kabar mulai bermunculan di Eropa. Misalnya, Prancis muncul *Science de la Presse*, di Inggris muncul *Science of the Press*; dan di Jerman hadir *Zeitungswissenschaft*. Pada Mei 1933, diadakan International Congress of University Teacher of the Science of the Press di Amsterdam Belanda.

Yang menonjol di era tersebut adalah Ilmu Persuratkabaran atau Ilmu Publisistik (*publizistik wissenschaft*)—istilah "ilmu komunikasi" (yang berarti lebih luas) belum muncul. Prof. Bucher adalah orang yang pertama kali mengajarkan Ilmu Persuratkabaran di tingkat universitas, yaitu Universitas Bazel (Jerman) pada 1884. Waktu itu mata kuliahnya antara lain: Sejarah Pers, Organisasi Pers, dan Statistik Pers. Kuliah kemudian dilanjutkan di Universitas Leipzig sesudah 1892.

Publisistik mengajarkan bahwa setiap pernyataan kepada umum dengan menggunakan media apa pun—apakah cetak atau elektronik—menghasilkan suatu hubungan ruhaniah antara si publisis dan khalayak. Hubungan itu merupakan suatu proses yang menurut Prof. Dr. Walter Hegemann mencakup tiga fase:[5]

- *Des Ereignis* (peristiwanya): proses kegiatan seorang publisis mulai dari peliputan suatu peristiwa di masyarakat melalui pengolahan di redaksi sampai penyebaran ke pada khalayak. Peristiwa sebagai fase pertama dari proses publisistik diklasifikasikan sebagai peristiwa primer dan peristiwa sekunder atau dengan ungkapan lain: peristiwa lahir dan peristiwa batin. Peristiwa lahir adalah kejadian-kejadian yang ditangkap oleh indra, sedangkan peristiwa batin adalah peristiwa psikologis akibat melihat kejadian lahir itu;

5. Lihat *ibid.*, hlm. 9—11.

- *Der Empfanger* (penerimanya): orang-orang atau khalayak yang menerima informasi yang disebarkan. Berita didapat dari khalayak masyarakat, lalu juga disebarkan lagi pada mereka; dan
- *Die Wirkung* (daya pengaruhnya): sejauh mana efek yang timbul dari persebaran informasi dan opini yang disampaikan pada masyarakat. Di sini, akan tercipta opini publik akibat informasi yang disebarkan itu, ada yang setuju dan yang tidak setuju. Apabila banyak yang setuju, surat kabar telah memberikan pengaruhnya pada masyarakat.

B. Sifat Ilmu Komunikasi

Ilmu pengetahuan berarti suatu ilmu yang didapat dengan cara mengetahui, yang dilakukan dengan cara-cara yang tidak sekadar tahu. Kata *ilmu* juga dapat dikaitkan dengan kata sifat *ilmiah* yang artinya 'berdasarkan kaidah keilmuan', yang terdiri dari syarat-syarat, misalnya (mendapatkan pengetahuan yang didapat dengan) bukti, cara mendapatkannya (metode), kegunaannya, dan cakupan-cakupannya yang relevan. R. Harre mendefinsikan ilmu sebagai kumpulan teori-teori yang sudah diuji coba yang menjelaskan tentang pola-pola teratur ataupun tidak teratur di antara fenomena yang dipelajari secara hati-hati.[6]

Ilmu pengetahuan dapat dipahami sebagai proses, prosedur, maupun sebagai produk atau hasil. Sebagai proses, ilmu merupakan proses yang terdiri dari kegiatan-kegiatan mendapatkan pengetahuan, wawasan, dan kesimpulan. Sebagai proses, lahirnya ilmu merupakan hasil capaian dari proses yang panjang, melibatkan tindakan manusia dalam mengamati, mendekati, dan memahami objek atau gejala alam maupun sosial.

---

6. R. Harre, *The Philosophies of Science, an Introductory Survey*, (London: The Oxford University Press, 1995), hlm. 62.

Sebagai prosedur, ilmu berkaitan dengan penggunaan cara yang ketat yang digunakan agar proses mencari ilmu dapat berjalan dengan baik. Untuk menghasilkan sesuatu yang benar, diperlukan metode atau prosedur yang benar pula. Prosedur membuat kita mengerti bahwa dibutuhkan cara-cara tertentu untuk mendapatkan suatu kesimpulan (pengetahuan) yang benar.

Sebagai produk atau hasil, berarti ilmu merupakan hasil dari proses dan aktivitas mengetahui. Dalam hal ini, ilmu dikenal sebagai suatu hal yang sudah jadi, yang didapat oleh kegiatan mencari pengetahuan atau kegiatan ilmiah. Produk inilah yang biasanya akan digunakan atau dikembangkan untuk mendapatkan ilmu pengetahuan lebih lanjut yang berguna secara praktis bagi manusia.

Dilihat dari penerapannya, biasanya ilmu pengetahuan dibedakan antara:

- Ilmu Pengetahuan Murni (*pure science*), yang bertujuan untuk membentuk dan mengembangkan ilmu pengetahuan secara abstrak, yaitu untuk meningkatkan kualitasnya; dan
- Ilmu Pengetahuan Terapan (*applied science*), yaitu ilmu pengetahuan yang diterapkan dalam rangka untuk menggunakan dan menerapkan ilmu dalam masyarakat dengan maksud untuk membantu masyarakat memecahkan masalah-masalahnya.

PURE SCIENCES DAN APPLIED SCIENCES:

PURE :	APPLIED :
ILMU ALAM	TEHNOLOGI
ASTRONOMI	NAVIGASI
ILMU PASTI	AKUNTANSI
ILMU KIMIA	FRAMASI
ILMU FAAL	KEDOKTERAN
ILMU POLITIK	PENYANGKOKAN HEWAN
HUKUM	PERTANIAN
ILMU HEWAN	PERTAMBANGAN
ILMU TUMBUHAN	JURNALISTIK
GEOLOGI	PERUSAHAAN
SEJARAH	MANAJEMEN
EKONOMI	POLITIK
SOSIOLOGI	
MANAJEMEN	

Tabel 1. Ilmu Pengetahuan Murni dan Ilmu Pengetahuan Terapan

Jika kita memakai kategori di atas, Ilmu Komunikasi dimasukkan dalam ilmu terapan. Karena ia masuk dalam cabang ilmu sosial, Ilmu Komunikasi adalah ilmu sosial terapan.

Ilmu terapan adalah ilmu yang berkembang atau dikembangkan dari berbagai disiplin ilmu atau terapan berbagai disiplin ilmu murni. Misalnya, Ilmu Pendidikan, merupakan ilmu sosial terapan yang mengaplikasikan konsep-konsep dari Psikologi, Antropologi, dan Sosiologi. Contoh lainnya: Ilmu Manajemen, yang menerapkan konsep Psikologi, Ekonomi, Antropologi, dan Sosiologi.

Sedangkan, Ilmu Komunikasi yang dikategorikan sebagai ilmu sosial terapan dengan mengaplikasikan konsep-konsep Sosiologi, Psikologi, Ekonomi, Politik, dan Antropologi. Jadi, dapat kita katakan bahwa Ilmu Komunikasi juga merupakan ilmu yang bersifat interdisipliner dan multidisipliner. Artinya, Ilmu Komunikasi memanfaatkan ilmu-ilmu lain yang berada di dalam rumpun ilmu-ilmu sosial.

Bahkan, kadang Ilmu Komunikasi juga memanfaatkan ilmu-ilmu alam/eksakta yang bersifat terapan, seperti Telekomunikasi atau Komputer. Beberapa teori atau model komunikasi yang dikembangkan ilmu eksakta, misalnya model komunikasi Shannon-Weaver, seperti dalam bukunya *The Mathematical Theory of Communication* (1949).

C. Perkembangan dan Pendekatan Ilmu Komunikasi

Pada akhirnya, disadari bahwa media merupakan satu saja dari gejala komunikasi dalam proses komunikasi total yang terjadi dalam kehidupan. Ada dimensi-dimensi lainnya yang dipandang sebagai bahan kajian atau objek ilmu. Awalnya, berkembang istilah *masss communication science*, lalu muncul istilah *communication science*.

Pada 1960, Carl I. Hovland dalam karyanya *Social Communication*, memunculkan istilah *science of communication* yang

didefinisikan sebagai suatu upaya yang sistematis untuk merumuskan dengan cara yang ketat tempat informasi ditransmisikan dan bagaimana opini dan sikap dibentuk.[7]

Pada 1967, Keith Brooks menerbitkan sebuah buku yang berjudul *The Communicative Arts of Science of Speech*. Dalam buku tersebut, dipaparkan Ilmu Komunikasi (*communicology*) secara luas. Anggapan bahwa komunikasi telah menjadi ilmu didukung oleh sebuah buku. Sebelas pakar komunikasi dari berbagai universitas kenamaan di Amerika Serikat (AS) memberikan kontribusinya dalam buku tersebut. Buku tersebut berjudul *Message Effects in Communication Science*, terbit pada 1989 yang dieditori oleh James J. Bradac.

Sesungguhnya, munculnya Ilmu Komunikasi sebagai disiplin ilmu tersendiri lahir dari proses yang panjang. Dalam sejarah ilmu pengetahuan, Ilmu Komunikasi merupakan suatu cabang ilmu yang masih baru. Hal ini juga diakui oleh Stephen W. Littlejohn, "*Communication is still a young discipline, but it is no longer in its infancy.*"[8] Dalam pernyataan tersebut, dikatakan bahwa Ilmu Komunikasi adalah cabang ilmu yang baru berkembang untuk menemukan disiplinnya yang kuat. Meskipun demikian, ilmu ini mengalami perkembangan yang cepat sekali.

Gejala yang kompleks memang menuntut kajian yang lebih kompleks dan luas pula. Ilmu Komunikasi juga kian berkembang karena realitas masyarakat dengan hubungan-hubungannya yang kian membutuhkan kajian yang lebih kuat. Perkembangan masyarakat yang menuntut kemudahan dalam berhubungan melalui teknologi informasi dan komunikasi untuk menyampaikan dan melakukan pertukaran pesan dan informasi membuat Ilmu Komunikasi juga mengalami perkembangan yang luar biasa.

---

7. *Ibid.,* hlm. 13.
8. Stephen W. Littlejohn, *The Theories of Human Kommunication*, (Belmont, California: Wadsworth Publishing Company, 1989), hlm. 288.

Di AS, ilmuwan yang dianggap sebagai perintis Ilmu Komunikasi adalah Charles Cooley yang dalam bukunya yang terbit di tahun 1909 tampak analisisnya terhadap proses komunikasi dengan pendekatan Sosiologi. Cooley melihat bahwa proses komunikasi antarpribadi merupakan basis sosialisasi dari studi Sosiologi. Ia meninggal pada 1920, dan sepanjang kariernya melakukan observasi atas hal ini.

Tokoh-tokoh yang dianggap sebagai bapak-bapak Ilmu Komunikasi di AS adalah Harold Laswell, Kurt Lewin, Paul Lazarfeld, Carl Hovland, Wilbur Schramm. Harold D. Laswell berlatar belakang Ilmu Politik. Ia banyak dipengaruhi oleh pemikiran John Dewey, George Mead, dan Robert Park. Ia merupakan ahli ilmu sosial Amerika pertama yang tertarik pada bidang psikoanalisis Sigmund Freud. Kontribusi Lasswell pada Ilmu Komunikasi banyak ditemukan dalam bukunya, *Propaganda and Communication in World History*, yang memuat formulasi yang kelak banyak digunakan dalam riset komunikasi massa. Definisinya yang terkenal terhadap Komunikasi adalah "*who, says what, in with channel, to whom, with what effect*".[9]

Kurt Lewin adalah ilmuwan Jerman keturunan Yahudi, mengajar di Universitas Berlin. Ketika Nazi berkuasa tahun 1933, ia melarikan diri ke Amerika dan masuk ke University of Iowa. Lewin, yang juga terpengaruh pemikiran Freud, dengan menggunakan studi eksperimen banyak mengkaji dinamika kelompok dalam hubungannya dengan komunikasi. Ia juga menaruh perhatian terhadap studi *gatekeeping* tentang pengendalian arus informasi melalui saluran komunikasi hingga akhir hayatnya 1947.

Paul F. Lazarsfeld berlatar belakang Ilmu Matematika dan Sosiologi. Ia lahir 1901, meraih gelar doktor ilmu matematika dari University of Viena, Austria, pada 1920. Ketika Nazi Jerman datang

9. Harold D. Laswell (ed.), *Propaganda and Communication in World History*, (Hawai: University of Hawaii Press, 1980).

tahun 1933, ia keluar dari Austria. Pada 1939, Lazarsfeld masuk ke Columbia University, New York, sebagai profesor sosiologi. Lazarsfeld terpengaruh pemikiran Freud yang menyebabkannya tertarik melakukan studi terhadap sumber-sumber perilaku. Ketika itu, radio menjadi kehidupan utama masyarakat Amerika dan ia aktif melakukan riset di bidang khalayak dan efek dengan metode survei dan interviu. Kegiatan ini memberi kontribusi terhadap ilmu komunikasi dan menjadikan riset di bidang komunikasi sebagai usaha yang melembaga. Ia memformulasi teori komunikasi dua langkah (*two-step-flow*), bahwa pengaruh media sangat kecil terhadap perilaku pemilihan dibandingkan dengan saluran antarpribadi yang mengandalkan peran pemuka pendapat (*opinion leader*).[10]

Carl I. Hovland[11] adalah pelopor komunikasi yang dapat dikatakan murni Amerika. Ketika PD II meletus, ia dipanggil kantor penerangan AS untuk mempelajari pengaruh film terhadap moral tentara. Hovland mengkaji pengaruh film dari segi kredibilitas sumber, penyajian pesan dalam satu sisi (*one-side*) atau dua sisi (*two-side*), aspek kekuatan dan efeknya terhadap tentara.

Wilbur Schramm adalah murid Lewin yang basis ilmunya adalah kesastraan. Ia lahir pada 1908, memperoleh gelar master dari Harvard University dan doktor bidang kesusastraan Amerika dari University of Iowa. Ia mengajar mata kuliah *Creative Writing*. Ketika PD II pecah, ia bekerja di Kantor Penerangan Angkatan Perang AS, tempat ia bertemu Lasswell. Empat tahun kemudian, ia pindah ke University of Ilionis, mendirikan lembaga pendidikan dan riset komunikasi. Di sini, Schramm pertama kali menerima

10. Paul Lazarsfeld dan Robert K. Merton, "*Mass Communication, Popular Taste, and Organized Social Action*", dalam *The Process and Effects of Mass Communication*, (Revised edition. Urbana, IL: University of Illinois Press, 1975).

11. Carl I. Hovland, Irving L. Janis, dan Harold H. Kelley, *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change*, (New Haven: Yale University Press, 1953).

mahasiswa program doktor dalam bidang komunikasi pada 1950. Ia mengabdi pada bidang komunikasi hingga akhir hayatnya, pada 1987. Schramm adalah orang pertama yang menjalin bidang-bidang ilmu sosial, seperti psikologi sosial, antropologi, ilmu politik, dan ekonomi untuk pengembangan ilmu komunikasi.[12]

Wilbur Schramm dipandang sebagai ilmuwan yang paling punya peran penting dalam perkembangan ilmu komunikasi. Selain melalui karya-karya, juga karena perannya mendirikan Institut Penelitian Sosial di Universitas Illinois pada 1948. Hingga tahun 1988, lembaga ini telah menghasilkan 205 Pd.D dalam bidang komunikasi.

Ilmu Komunikasi mazhab Amerika memang sangat mendominasi dalam kajian komunikasi di berbagai negara meskipun awal munculnya ilmu ini bukanlah di negara tersebut, terutama justru muncul dari Eropa. Hanno Hardt dalam bukunya *Critical Communication Studies: Communication, History and the Theory in America* (1992)[13] berusaha menyelidiki kecenderungan Ilmu Komunikasi mazhab Amerika ini dan bagaimana kelahirannya tak lepas dari munculnya pertarungan kepentingan dalam ranah ekonomi politik.

Menurutnya, studi komunikasi dan media di AS muncul pada tahun 1940-an yang perhatian awalnya waktu itu mencerminkan kebutuhan untuk membangun masyarakat tempat kepentingan-kepentingan ekonomi-politik diposisikan. Ciri-ciri studi komunikasi di AS atau yang lebih dikenal dengan mazhab Chicago (Chicago School ini) bersifat pragmatis, dengan kegiatan penelitian yang cenderung empiris, positivistik, ahistoris, dan tidak reflektif.

---

12. Wilbur Schramm pernah memberikan kuliah umum (*stadium generale*) di Fakultas Publisistik Universitas Padjajaran. Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Penerbit PT. Citra Aditya Bakti, 2003), hlm. 23.

13. Hanno Hardt, *Critical Communication Studies: Sebuah Pengantar Komprehensif Sejarah Perjumpaan Tradisi Kritis Eropa dan Tradisi Pragmatis Amerika,* (Yogyakarta: Jalasutra, 2005).

John Dewey yang sering disebut sebagai *the first philosopher of communication* merupakan tokoh yang aliran filsafatnya sangat pragmatis, yang meyakini bahwa sebuah ide itu benar jika ia berfungsi dalam praktik. Pragmatisme menolak dualisme pikiran dan materi, subjek dan objek. Dalam bahasa Hanno Hardt, "Pragmatisme menjadi sepenuhnya upaya Amerika untuk beradaptasi dengan kondisi-kondisi kehidupan modern...suatu pemutusan dengan absolutisme yang sebelumnya mendominasi pemikiran akademis dan merupakan upaya untuk menghasilkan suatu konteks filosofis bagi penyelidikan ilmu sosial pada abad ke-20."[14]

Jadi, penelitian komunikasi di AS merupakan hasil suatu proses sejarah yang melibatkan latar kemasyarakatan tertentu yang di dalamnya penjelasan tentang komunikasi bertemu dengan harapan atas pengalaman dengan kondisi sosial politik. Dalam hal ini, menurut Hardt, pemahaman atas komunikasi disertai dengan gagasan tentang demokrasi dan masyarakat serta cocok dengan gagasan masyarakat pluralis-liberal yang di dalamnya definisi fungsional individu dan relasinya satu sama lain serta masyarakat dapat terpelihara. Lebih jauh, kepentingan dominan penelitian komunikasi dijamin oleh stabilitas kondisi politik dan ekonomi serta didukung oleh kepentingan komersial dalam penelitian sosial. Kepentingan dominan itu terlibat dalam dukungan atas *status quo* yang memberikan lokasi yang nyaman di antara ilmu-ilmu sosial terapan dan membantu memperteguh dasar pemikiran bagi praktik penelitian komunikasi dominan.[15]

Perkembangan studi komunikasi dan media terus berlanjut dengan mendasarkan dirinya pada keyakinan bersama yang dianut luas pada superioritas masyarakat Amerika (dan peradaban Barat)

14. *Ibid.*, hlm. 48.
15. *Ibid.*, hlm. 15—16.

dan watak industrial-teknologisnya, serta kepercayaan terhadap pengetahuan ilmiah yang dianggap netral dari kepentingan.

Tendensi ilmu komunikasi yang cenderung pragmatis itu mulai mendapatkan kritikan di Amerika, terutama pengaruh pemikiran Eropa yang lebih kritis dan bahkan radikal. Maka, muncullah tradisi Kritis dalam Ilmu Komunikasi yang tak bisa dimungkiri dipengaruhi oleh tradisi Marxis yang dikembangkan oleh pemikir-pemikir Inggris, Prancis, dan terutama Jerman. Tradisi ini umumnya percaya bahwa Ilmu Komunikasi harus mampu menyibak kepentingan kuasa yang ada dalam hubungan komunikasi oleh media dan elite.

Salah satu pendekatan terhadap ilmu komunikasi adalah model ekonomi politik dalam melihat komunikasi. Teori ini adalah teori media yang dikembangkan dari pendekatan Marxis, sejauh ia memunculkan perhatian tentang bagaimana hegemoni media berfungsi untuk melayani kepentingan kelas penguasa (terutama pemilik modal yang mengendalikan media).

Berikutnya, muncul Teori Kritis yang agak berbeda dengan pendekatan Marxis ortodoks yang dianggap terlalu mereduksi masalah komunikasi ke dalam masalah ekonomi dan terlalu terjebak pada pendekatan kelas. (penulis akan mendiskusikan hal ini pada bab berikutnya). Muncullah pendekatan yang menyebut dirinya sebagai kaum Neo-Marxis yang berasal dari Jerman, mazhab Frankfurt, kemudian menjalarkan pengaruhnya ke Eropa. Sebagaimana Marxisme Ortodoks, kaum Marxisme Kultural atau Neo-Marxis ini juga sangat kritis terhadap hubungan kekuasaan (relasi kekuasaan) yang ada dalam hubungan komunikasi, antara yang berkuasa dan yang menguasai dengan yang tak berdaya atau yang dikuasai.

Kaum Neo-Marxis mengembangkan pendekatan yang lebih variatif daripada sekadar pendekatan kelas. Corak penindasan dalam hubungan pengetahuan dan komunikasi dilihat dari berbagai segi, seperti aspek rasial, etnis, gender, dan kelas. Mazhab Frankfurt juga dikenal mengembangkan teori Kritis—menganggap kritis, baik

terhadap kapitalisme, otoriterisme, maupun Marxisme Ortodok. Tokoh-tokoh yang terkenal antara lain Max Horkheimer, Herbert Marcuse, dan Theodor Adorno. Gaung pemikir ini justru bergaung setelah mereka pindah ke Amerika, setelah mereka terusir akibat ulah Nazi.

Merekalah yang kemudian memengaruhi studi kritis terhadap komunikasi dan media. Pengaruh aliran tersebut adalah hadirnya pendekatan budaya (*cultural studies*) dalam kajian komunikasi. Pendekatan budaya ini awalnya dikembangkan di Inggris, terutama di Universitas Birmingham. Tokoh-tokohnya antara lain Richard Hoggart, Raymond William, dan E.P. Thompson pada 1950-an. Stuart Hall melanjutkan gerakan ini pada tahun 1970-an.

Pendekatan lainnya adalah perspektif (kaum) feminis terhadap studi komunikasi. Feminisme umumnya mengacu pada gerakan yang bersifat politik, budaya, dan ekonomi yang tujuannya adalah untuk mewujudkan peran perempuan yang tidak boleh lebih rendah dibandingkan laki-laki dalam bidang politik, ekonomi, sosial-budaya, dan lain-lain. Dari gerakan sosial inilah kemudian muncul apa yang dinamakan teori Feminis.

Gerakan feminis dapat dirunut sejak Revolusi Prancis 1789. Awalnya, muncul dari perempuan kelas menengah atas yang terasing oleh sistem yang patriarkis (ketertindasan oleh suami dalam rumah tangga). Lahirlah ide perlunya kebangkitan posisi perempuan dan kesetaraannya terhadap laki-laki. Ide feminisme juga tumbuh subur di kalangan kelas bawah karena ternyata mereka juga lebih tertindas, bukan saja oleh laki-laki dalam keluarga, melainkan juga oleh sistem ekonomi-politik yang beroperasi di masyarakat. Misalnya, dalam Revolusi Prancis, kaum buruh perempuan Paris merupakan kelompok pertama yang berjuang di atas kakinya.

Di awal abad ke-20, Revolusi Rusia ikut memberi sumbangan bagi gerakan kaum feminis yang membawa aliran bernuansa Marxis-Sosialis, dan sekaligus melibatkan tokoh-tokoh kaum perempuan

maju. Mereka menjadi bagian dari Revolusi Bolsyewik dan setelah terbentuk sosialisme kaum perempuan juga memasukkan agenda-agenda feminis dalam tubuh gerakan Marxis-Sosialis. Lenin pernah mengatakan pada Alexandra Kollontai, "Tugasmu adalah membersihkan prasangka-prasangka ketimbang memperbanyak literatur-literatur feminis."[16] Nama-nama feminis Rusia lainnya adalah Innesia Armand, Krupskaia, Ludmilla Stael, dan Zinaida Lilina. Mereka menerapkan suatu program sosialis bagi perempuan, yang cenderung diabaikan oleh aktivis laki-laki.

Jadi, sejarah teori feminis pada awalnya digagas oleh perempuan kulit putih dari kalangan kelas menengah dari Eropa Barat dan Amerika Utara. Akan tetapi, setidaknya sejak pidato "Sojourner Truth's" pada 1851 bagi para feminis Amerika, kaum perempuan dari berbagai ras dan warna kulit mengajukan gagasan-gagasan feminisme alternatif. Feminisme juga mulai menjadi ideologi dan gerakan kaum perempuan kulit hitam.[17]

Kecenderungan itu kian cepat sejak tahun 1960-an dengan munculnya gerakan hak-hak sipil di Amerika Serikat dan runtuhnya kolonialisme Eropa kawasan Afrika, Karibia, dan Asia Tenggara. Sejak saat itu kaum perempuan di negara-negara Ketiga, yang dulunya adalah negara terjajah yang memiliki berbagai macam warna kulit dan terdiri dari berbagai macam suku dan ras dan yang masih hidup di bawah garis kemiskinan, memberi warna tersendiri bagi gerakan feminis.[18] Hingga sekarang, berbagai gerakan feminis muncul dengan berbagai latar belakang, tujuan, dan nuansa ideologi gerakan yang dapat kita lihat dari aksi dan program-program, hingga gaya hidup para aktivisnya.

---

16. Marisa Rueda, et.al., *Feminisme untuk Pemula*, (Yogyakarta: Resist Book, 2007), hlm. 92
17. P. Hill Collins, *Black Feminist Thought: Knowledge, Consciousness, and the Politics of Empowerment,* (New York: Routledge, 2000).
18. Uma Narayan, *Dislocating Cultures: Identities, Traditions, and Third-World Feminism,* (New York: Routledge, 1997).

Pemikiran feminis juga memasuki ranah akademis, salah satunya ilmu komunikasi. Salah satu sebabnya adalah adanya relasi kekuasaan dari segi gender yang membuat suara perempuan lebih tidak masuk pada ranah publik (terutama melalui media komunikasi) dibandingkan laki-laki. Kaum feminis melihat bahwa kesadaran patriarkis yang bias gender dalam banyak hal ditransmisikan melalui media. Konstruksi posisi dan peran perempuan yang dilakukan media merupakan kajian yang belakangan mendapatkan tempat dalam ilmu sosial, terutama ilmu komunikasi.

Bukan hanya pada media massa populer, konstruksi bias gender juga terjadi dalam bidang komunikasi pendidikan, tempat media pengajaran dan materi-materi (pesan) yang ada melakukan stereotifikasi terhadap kaum perempuan. Yang termasuk dalam proses pembelajaran adalah materi pendidikan, seperti yang terdapat dalam contoh-contoh soal yang semua kepemilikan selalu mengatasnamakan laki-laki. Dalam aspek proses pembelajaran ini, bias gender juga terdapat dalam buku-buku pelajaran. Semua jabatan formal dalam buku, seperti camat atau direktur digambarkan dijabat oleh laki-laki. Selain itu, ilustrasi gambar juga bias gender, yang seolah-olah menggambarkan bahwa tugas wanita adalah sebagai ibu rumah tangga dengan tugas-tugas menjahit, memasak dan mencuci.

Karena pendidikan adalah proses sosialisasi dan internalisasi pengetahuan dan penanaman pemahaman serta kesadaran pada anak didik, pembelajaran yang bias gender akan sangat membahayakan bagi upaya mewujudkan kesetaraan gender di masyarakat. Lebih jauh, perempuan menjadi pihak yang dirugikan, dicederai secara maknawi karena posisi dan perannya sudah ditentukan berdasarkan cara pandang yang dipasokkan pada mereka.

Hal itu berkaitan dengan bagaimana ideologi dan pengetahuan mendefinisikan kaum perempuan dibandingkan laki-laki. Menurut

Susilastuti,[19] pendefinisian laki-laki dan perempuan mengacu pada serangkaian kepercayaan dan pendapat yang menjadi "pola baku" laki-laki dan perempuan, dan kualitas maskulinitas dan femininitas yang kemudian dikukuhkan sebagai hegemoni sebab disosialisasikan secara terus-menerus melalui keluarga, sekolah, agama, dan negara. Hal inilah yang disebut gender. Mansour Fakih[20] mengartikan gender sebagai sifat yang melekat pada kaum laki-laki maupun perempuan yang dikonstruksi secara sosial maupun kultural. Sifat-sifat ini merupakan hasil interpretasi mental dan kultural terhadap jenis kelamin. Oleh karena itu, eksistensinya tergantung pada masyarakat yang mendefinisikan gender.

Ketika para guru merupakan sosok yang pikirannya disesaki dengan pemahaman bias gender, mereka akan menularkan ideologi patriarki pada murid-muridnya. Guru yang kebanyakan adalah sosok yang hidup pada masyarakat patriarkal yang bahkan menerima pandangan gender semasa kecilnya yang sangat tradisional akan mengajar dari cara pandangnya di kelas. Menurut Murniati (1992:28), ucapan-ucapan, kata-kata, dan keterangan para guru dan kalimat-kalimat yang dibaca anak sejak dini merupakan pemahaman dasar yang dapat berubah menjadi ideologi bila kelak ia dewasa. Hal itu tentu akan memengaruhi opini dan sikap anak.[21]

Kedua, adalah buku teks atau materi yang disampaikan dalam buku. Hasil analisis yang dilakukan UNICEF pada 2000 menunjukkan bahwa isi buku pelajaran yang digunakan di sekolah dasar (SD) menunjukkan bahwa ilustrasi di dalam buku pelajaran

19. Dewi H. Susilastuti, "Gender Ditinjau dari Perspektif Sosiologi", dalam Fauzie Ridjal, Lusi Margiyani, dan Agus Fahri Husein (eds.), *Dinamika Gerakan Perempuan di Indonesia*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1993), hlm. 31.

20. Mansour Fakih, *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1996), hlm. 8.

21. A.P. Murniati, "Perempuan Indonesia dan Pola Ketergantungan", dalam Budi Susanto dkk. (eds). *Citra Wanita dan Kekuasaannya Seri Siasat Kebudayaan*, (Yogyakarta: Kanisius, 1992), hlm. 28.

lebih banyak menonjolkan anak laki-laki daripada anak perempuan. Anak laki-laki yang digambarkan juga lebih beragam dan kreatif perannya dibandingkan anak perempuan. Selain itu, laki-laki lebih banyak disebut di dalam buku-buku dibandingkan perempuan.[22]

Sementara itu, hasil penelitian Logsdon (1985),[23] juga menunjukkan bahwa buku-buku teks yang digunakan di SD, baik untuk pelajaran Bahasa Indonesia maupun pelajaran yang lain ternyata memuat bias gender, yaitu memuat pemilahan antara laki-laki dan perempuan. Ayah digambarkan bekerja di sektor publik, seperti kantor, kebun, dan sejenisnya, sedangkan ibu digambarkan di sektor domestik, seperti dapur, memasak, mencuci, mengasuh adik, dan sejenisnya. Stereotip gender sampai saat ini juga masih terus ada dan terefleksikan pada saat calon mahasiswa memilih dan menentukan spesialisasi di sekolah kejuruan dan universitas, yang tampaknya ada semacam diskriminasi atau bias gender yang dilakukan secara sadar oleh calon mahasiswa berjenis kelamin perempuan maupun laki-laki. Ilmu sosial umumnya banyak diambil oleh siswa perempuan, sedangkan bidang teknologi banyak dipelajari oleh siswa laki-laki.

Oleh karena itulah, kaum feminis berusaha melakukan kritik terhadap media dan proses komunikasi di dalam masyarakat dengan memberikan pendekatan tersendiri. Pendekatan feminisme dalam Ilmu Komunikasi, misalnya dilakukan Laurie P. Arliss dan Deborah J. Borisoff dalam *Women and Men Communicating: Challenge and Change* (1999).[24] Dalam buku ini, mereka menulis tentang

22. "Pendidikan untuk anak perempuan di Indonesia", dalam *www.unicef.org/indonesia/id/Facts_sheet_on_Girls_education_ind_pdf.*

23. Logsdon M., "*Gender Roles in Elementary School Texts in Indonesia*", dalam *Women in Asia The Pasific*, (Hawaii: The Women's Studies Programm, University of Hawaii, 1985).

24. Laurie P. Arliss dan Deborah Borisoff (eds.), *Women and Men*. *Communicating*: *Challenges and Changes* (2nd Edition), (Prospect Heights, IL: Waveland Press, 2001).

pentingnya tingkat pemahaman dan usaha meningkatkan efektivitas komunikasi sebagai syarat penting bagi penciptaan keadilan dan keseimbangan gender. Mereka berusaha mencari jawaban mengapa pola-pola komunikasi antara perempuan dan laki-laki berbeda dan bagaimana perbedaan jenis kelamin dan gender itu berdampak pada komunikasi yang intim bagi relasi antar-manusia.

Barbara Bate dan Judy Bowker dalam *Communication and the Sexes* (2000)[25] menulis pengalaman yang sering terjadi dalam konteks layanan kesehatan. Mereka menemukan bahwa memburuknya komunikasi kesehatan sering ditimbulkan oleh kesalahpahaman, konflik, keadaan yang kurang menyenangkan, dan suasana ketidaktahuan tentang komunikasi antar-manusia. Semua dampak itu ternyata dipengaruhi oleh variabel jenis kelamin. Dijelaskan bahwa pengalaman berkomunikasi gender itu akan efektif jika kita memahami perbedaan penggunaan bahasa maupun istilah/jargon antara laki-laki dan perempuan, juga perbedaan menggunakan pesan verbal dan non-verbal, derajat kedekatan antara perempuan dan laki-laki yang diizinkan oleh budaya, peran keluarga, tingkat pendidikan perempuan dan laki-laki, organisasi tempat kerja, maupun jenis pekerjaan, tampilan media, dan isu yang berkaitan dengan gender.

Perspektif penting yang harus diperhatikan dalam komunikasi profesional antara laki-laki dan perempuan juga dibahas dalam Deborah Borisoff dan Lisa Merill dalam buku yang berjudul *The Power to Communicate: Gender Difference As Barriers* (1999). Dalam kenyataannya, selalu terjadi perbedaan praktik antara laki-laki dan perempuan tentang stereotip, perilaku verbal dan non-verbal, serta verbal-vokal.

Hadirnya kesadaran gender yang memungkinkan diterimanya peran kaum perempuan secara maksimal di masyarakat dibandingkan

25. Barbara Bate dan Judy Bowker, *Communication and the Sexes,* (Portland: Waveland Pr. Inc., 2000).

pada masa sebelumnya merupakan buah perjuangan kaum feminis—meskipun masih banyak komunikasi yang masih menyuguhkan bagaimana media populer mencitrakan perempuan dari sudut pandang kepentingan modal (kapitalis), yaitu kaum perempuan dicitrakan sebagai objek seksual dalam berbagai tayangan media massa.

Namun yang jelas, munculnya pendekatan-pendekatan alternatif itu memberikan ruang bagi Ilmu Komunikasi untuk dapat berkembang dan menyuguhkan pada ilmuwan dan pembelajar Ilmu Komunikasi mengenai bagaimana mendekati gejala komunikasi secara ilmiah dan kritis. Ilmu Komunikasi akan tetap diharapkan memberikan cara pandang yang mendasar tentang bagaimana komunikasi sebagai proses kehidupan bisa benar-benar memanusiakan manusia dengan bentuk hubungan yang manusiawi pula.

Ilmu Komunikasi yang termakan oleh kepentingan pasar masih merupakan gejala komunikasi yang saat ini kita jumpai, yang menjadikan komunikasi sebagai suatu hal yang tak manusiawi. Dengan dikelola oleh kepentingan pasar (modal, kapital), komunikasi menjadi sangat pragmatis, dangkal, artifisial, dan menimbulkan pesan-pesan yang menciptakan kebodohan massal. Komunikasi dan media penyampai pesan hanya melanggengkan kekuasaan segelintir elite, menyampaikan pesan-pesan yang tidak peduli pada urusan kebersamaan dan pencerdasan masyarakat.

Penulis secara pribadi menyambut hadirnya pendekatan komunikasi yang bersifat kritis, yang mempunyai kekuatan untuk membongkar selubung-selubung kepentingan dalam pengetahuan dan ilmu. Pendekatan kritis ini menjadikan ilmu sebagai kritik dan mengajak ilmu(-wan) memilih untuk terlibat dalam memperjuangkan kebebasan dari penindasan dan kekuasaan yang menindas—karenanya bersifat emansipatoris. Pengetahuan dan ilmu didapatkan dari proses dialog, demikian pula proses komunikasi diharapkan lahir dari dialog yang sehat dan bebas dari hambatan. Seperti yang dijelaskan oleh Jurgen Habermas, salah seorang tokoh

Teori Kritis dari Frankfurt Jerman, kunci dialog sebagai "komunikasi tanpa represif" menjadi kunci dalam penelitian-penelitian kritis. Pendekatan kritis selalu membutuhkan komunikasi menyeluruh di antara para peneliti terhadap masyarakat.

Model penelitiannya adalah partisipatoris yang diharapkan akan melibatkan ilmuwan untuk mengetahui secara langsung kontradiksi-kontradiksi yang dihadapi oleh masyarakat. Harapannya adalah agar kontradiksi itu disadari sebagai sebuah kondisi yang menciptakan terhambatnya komunikasi bebas hambatan antara sesama manusia.

Bayangkan jika manusia bebas menyampaikan pesannya dan memiliki akses terhadap media untuk menyampaikan pesannya. Tentu akan terjadi dialog yang akan membuka selubuh kepentingan-kepentingan, terutama yang tidak disadari. Sebab, hambatan yang menimbulkan pertentangan antara sesama manusia atau antara kelompok lebih banyak disebabkan oleh tidak terjadinya komunikasi. Sehingga yang muncul hanyalah prasangka-prasangka yang terpendam dan tak pernah terkomunikasikan. Tak heran jika masyarakat, terutama masyarakat kita Indonesia, selalu menghadapi masalah konflik akibat terpeliharanya prasangka antara kelompok sosial yang berbeda.

Kadang, memang ada suatu kekuatan yang justru mengambil keuntungan dari terpeliharannya prasangka. Kekuatan ini akan terus bertahan selama dialog dan komunikasi tidak terjadi sebab hanya dengan komunikasilah pesan-pesan antara kelompok yang berbeda itu akan dapat mengungkap kesalahpahaman-kesalahpahaman yang ada.

Jika terjadi dialog dan komunikasi antara dua kelompok yang berbeda sudah mampu memahami identitas dan budaya masing-masing, tetapi masih terjadi pertentangan antara keduanya, berarti ada antagonisme antara dua kekuatan ini, yang merupakan kontradiksi material. Jika ini terjadi, solusinya bukan lagi komunikasi yang mempertukarkan pesan-pesan berupa bahasa dan kata-kata

lagi, melainkan dibutuhkan tindakan untuk mengubah suatu yang material itu agar tak lagi terjadi kontradiksi.

Inilah yang nanti akan penulis diskusikan di bab selanjutnya, tentang kontradiksi material antara dua orang atau lebih atau dua kelompok (dua kelas) yang ternyata tidak dapat diselesaikan dengan dialog atau sekadar pertukaran pesan, tetapi juga berubah dan mendorong kepada kegiatan untuk mengubah hal yang material dan nyata. Bukankah komunikasi yang efektif itu adalah yang mendorong terjadinya tindakan?

D. Penelitian Komunikasi

Ada beberapa hal yang dapat dikemukakan mengenai penelitian gejala komunikasi di masyarakat. Pertama, sebagaimana telah kita ketahui, kajian komunikasi memiliki sifat lintas-disiplin (*interdiciplinary*) karena kegiatan komunikasi berkaitan dengan berbagai aspek kehidupan yang dapat dijelaskan dari sudut pandang sosiologis, budaya, psikologis, etika, estetika, sejarah, ekonomi, politik, matematis, dan lain sebagainya. Oleh karena itulah, penelitian komunikasi juga akan melibatkan banyak kajian atau studi dari berbagai bidang ilmu itu.

Sifat interdisipliner dalam penelitian komunikasi dapat dilihat, misalnya melalui penggunaan istilah-sitilah atau konsep-konsep serta metodologi. Konsep-konsep, seperti persepsi (*perception*), motif (*motive*), sikap (*attitude*), dan tingkah laku (*behaviour*) adalah konsep-konsep yang identik dengan ilmu psikologi. Konsep peran (*role*), status, fungsi (*function*), interaksi (*interaction*), dan kelompok (*group*) telah ada dalam Ilmu Sosiologi dan Antropologi. Konsep propaganda, opini publik (*public opinion*), dan lain-lain juga sering digunakan dalam Ilmu Politik. Jadi, sifat interdisipliner ilmu komunikasi juga membuat penelitian komunikasi bersifat interdisiplin yang memungkinkannya dapat menghasilkan berbagai

penelitian dengan banyak tema dan topik untuk memperkaya kajian Ilmu Komunikasi.

1. Tradisi Penelitian Komunikasi

Penelitian mengenai gejala komunikasi telah berlangsung lama, membuat penelitian komunikasi juga memiliki tradisi-tradisi yang cukup unik. E.M. Griffin dalam bukunya *A First Look At Communication Theory* (2000), memetakan kecenderungan beberapa pendekatan dalam tradisi ilmu komunikasi:[26]

a. Tradisi Retorika

   Tradisi ini merupakan tradisi awal sejak zaman Yunani Kuno yang masih tersisa hingga sekarang. Dalam tradisi ini, sering menitikberatkan upaya penemuan dan pengumpulan pengetahuan teoretis yang kadang bersifat normatif mengenai aktivitas komunikasi, terutama komunikasi verbal yang disampaikan oleh seseorang (*rhetor*) yang bertindak sebagai komunikator (sekaligus *orator-persuader*) kepada kumpulan orang yang bertindak sebagai komunikan (*audience*) sebagaimana lazim dijumpai pada penyampaian pidato (orasi).

   Dalam hal ini, komunikasi dipandang sebagai keterampilan praktis, yaitu teknik menyampaikan pesan untuk meyakinkan, memengaruhi, dan membujuk orang lain, juga dipelajari estetikanya juga.

   Salah satu teori yang memiliki hubungan erat dengan definisi retorika adalah teori *terministic screen* yang dikembangkan oleh seorang ahli bidang retorika Amerika Serikat, Kenneth Burke. Inti teori ini adalah bahwa dalam komunikasi, manusia cenderung memilih kata-kata tertentu untuk mencapai

26. E.M. Griffin, *A First Look At Communication Theory*, (New York: Wheaton College, 2000), hlm. 34—37.

tujuannya karena pemilihan kata-kata ini dipandang sangat strategis. Dengan demikian, kata yang diungkapkan, simbol yang diberikan, dan intonasi pembicaraan, tidaklah semata-mata sebagai ekspresi pribadi atau cara berkomunikasi, namun sengaja dipakai untuk maksud tertentu dengan tujuan mengarahkan cara berpikir dan keyakinan khalayak (komunikan).[27]

b. Tradisi Semiotika

Tradisi ini memberi perhatian pada lambang-lambang dan simbol-simbol, yaitu komunikasi dipandang sebagai suatu jembatan antara dunia pribadi individu-individu dan ruang tempat lambang-lambang digunakan untuk menyampaikan makna-makna tertentu. Lambang-lambang mewakili objek tertentu, memiliki peluang untuk dimaknai oleh beragam individu yang berbeda.

Semiotik merupakan teori filsafat umum yang berkenaan dengan produksi tanda-tanda dan simbol-simbol sebagai bagian dari sistem kode yang digunakan untuk mengomunikasikan informasi. Semiotik meliputi tanda-tanda visual dan verbal serta *tactile* dan *olfactory* (semua tanda atau sinyal yang bisa diakses dan bisa diterima oleh seluruh indra yang kita miliki) ketika tanda-tanda tersebut membentuk sistem kode yang secara sistematis menyampaikan informasi atau pesan secara tertulis di setiap kegiatan dan perilaku manusia.

c. Tradisi Fenomenologis

Tradisi ini memberikan kajian terhadap masalah pengalaman manusia ketika berinteraksi dengan orang lain, yang merupakan pihak-pihak yang mengonstruksi pemahaman terhadap realitas.

---

27. Eriyanto, *Kekuasaan Otoriter dari Gerakan Penindasan Menuju Politik Hegemoni: Studi atas Pidato-Pidato Politik Soeharto*, (Yogyakarta: INSIST dan Pustaka Pelajar, 2000), hlm. 5.

Dalam tradisi ini, komunikasi dipahami sebagai "... *a sharing of personal experience through dialogue*".[28]

Bagi tradisi ini, komunikasi bukan hanya sekadar keterampilan, melainkan kegiatan manusia yang bisa menjadi tindakan saling memahami dalam bertukar pengalaman karena ada nilai-nilai yang berbeda dari interaksi manusia melalui komunikasi.

d. Tradisi Kibernetik

Tradisi ini lebih memandang komunikasi sebagai suatu "... *information processing, and the problem it adress have mostly to do with noise, overload, and malfunction*".[29] Konsep-konsep seperti pengirim dan penerima (*sender* dan *receiver*), informasi (*information*), umpan balik (*feed-back*), ketidakfungsian (*redundancy*), misalnya karena pengulangan yang terlalu sering, dan sistem (*system*) sangat penting dalam tradisi ini.

Tradisi ini banyak dikritik karena dianggap menyamakan proses komunikasi manusia mirip dengan mesin, dan menganggap suatu realitas atau gejala timbul karena hubungan sebab-akibat yang bersifat linier.

e. Tradisi Sosio-psikologis

Tradisi ini melakukan pendekatan psikologis terhadap proses komunikasi sehingga konsep-konsep seperti pernyataan (*expression*), pendapat (*opinion*), sikap, persepsi (*perception*), kognisi, interaksi, dan pengaruh (*effect*) sering dipakai untuk menggambarkan gejala-gejala yang ada. Pandangan ini juga menolak bahwa orang selalu berpikir rasional atau pandangan bahwa individu mengetahui dengan benar apa yang mereka

28. Stephen W. Littlejohn, *The Theories of Human Communication*, (Belmont, California: Wadsworth Publishing Company, 1989), hlm. 13.

29. *Ibid*, hlm. 14

lakukan dan bahwa persepsi merupakan jalan yang mulus untuk melihat realitas.

Tradisi sosio-psikologis memang sangat berpengaruh dalam perkembangan penelitian dan ilmu komunikasi karena sifat tradisi ini memberikan perhatian pada faktor sosio-psikologis sekaligus psikologis, terutama yang terjadi pada *audience*. Penelitian mengenai pola penggunaan media dan juga pengaruh (*effect*) pesan-pesan media terhadap individu khalayak berkembang dalam tradisi ini.

f. Tradisi Sosio-kultural
Tradisi ini memandang bahwa tata tertib sosial (*social order*) merupakan hal yang penting. Juga, berkeyakinan bahwa komunikasi merupakan perekat kebersamaan dalam masyarakat. Oleh karena itulah, tradisi ini banyak meneliti gejala konflik, keterasingan (*alienation*) serta terjadinya kegagalan-kegagalan menuju harmoni dan kebersamaan masyarakat. Tradisi ini menolak pandangan mengenai kekuatan dan tanggung jawab individu (tetapi, menekankan kekuatan dan tanggung jawab kolektif), serta pandangan tentang interaksi manusia yang terpisah dari struktur sosial yang ada. Jadi, tradisi ini melihat adanya struktur sosial sebagai kekuatan yang memengaruhi interaksi sosial.

g. Tradisi Kritis
Tradisi ini melihat komunikasi sebagai suatu bentuk tatanan kekuasaan dan penindasan yang harus dilihat secara kritis. Artinya, komunikasi adalah proses reproduksi sosial yang digunakan untuk melanggengkan kekuasaan oleh orang-orang yang kuat. Tradisi ini banyak memberikan perhatian pada konsep-konsep untuk merespons masalah-masalah ideologis, penindasan, penolakan, perlawanan, dan emansipasi yang

muncul sebagai reaksi untuk melawan dominasi kekuasaan atas pihak yang lemah. Konsep seperti hegemoni dari Antonio Gramsci menjadi alat analisis terhadap terjadinya ketimpangan kekuasaan tempat komunikasi berada dalam hubungan yang kuat dan yang lemah.

2. Metode Penelitian Komunikasi[30]

Penelitian komunikasi cenderung semakin ditandai oleh penggabungan metode kualitatif dan kuantitatif (*multiple research strategies* atau sering disebut dengan *multiple methods*). Tampaknya, semakin menarik bagi banyak kalangan untuk keluar dari tradisi-tradisi tersebut sekaligus memperoleh temuan yang lebih memadai dan valid berkenaan dengan gejala atau realitas komunikasi beserta keterkaitan-keterkaitan yang ada secara holistis.

Karakter interdisipliner ilmu komunikasilah yang mempertemukan tradisi-tradisi yang ada serta penggunaan *multiple-research strategies* dalam penelitian komunikasi, mempertemukan berbagai macam ilmu sosial dan perilaku (Sosiologi, Psikologi, Antropologi, dan Ilmu Politik) dan ilmu-ilmu humaniora (termasuk Bahasa, Sastra, Seni, Hukum, dan Sejarah).

Pendekatan kualitatif biasanya menggunakan metode studi kasus (*case study*), observasi, dan *interview* (wawancara). Sedangkan, metode kuantitatif melibatkan metode survei. Perbedaan antara metode penelitian kuantitatif dan kualitatif terletak pada kelaziman dalam mendasarkan bukti-bukti empiris bagi kesimpulan-kesimpulan yang dikemukakan.

Metode kualitatif tidak mendasarkan bukti empiris pada logika matematik, prinsip-prinsip bilangan atau analisis statistik, tetapi lebih mendasarkan pada hal-hal yang bersifat diskursif, seperti transkrip dokumen, catatan lapangan, hasil wawancara, dokumen-dokumen tertulis, dan data non-diskursif. Materi-materi bersifat

30. Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta: LkiS, 2007).

non-diskursif, seperti candi, patung, diorama, monumen, arsitektur bangunan, foto, musik, video, gerakan-gerakan dalam tari, *fashion*, dan hidangan makanan yang tersaji ke dalam bentuk-bentuk narasi yang bersifat deskriptif sebelum dianalisis, diinterpretasi, dan kemudian disimpulkan.

Bukan berarti dalam penelitian kualitatif tidak menyertakan angka-angka. Untuk memperjelas gambaran tentang gejala yang diteliti, kadang juga butuh dukungan data-data kuantitatif berupa angka-angka. Akan tetapi, hanya sebagai pendukung saja, bukan sebagai pijakan analisis yang akan diteliti.

Perbedaan penelitian komunikasi yang bersifat kuantitatif dan kualitatif bisa dilihat dalam tabel berikut ini:[31]

Penelitian Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif

	Kuantitatif	**Kualitatif**
Orientasi	Lebih berorientasi atau berfokus pada variabel-variabel tertentu.	Lebih berorientasi pada kasus dan konteks, misalnya sifat unik, lain, urgen, menakjubkan, atau mungkin memilukan.
Tujuan	Lebih dimaksudkan untuk menjelaskan, memberikan prediksi, mongontrol gejala (terkait dengan gejala lain), dan menguji teori.	Lebih dimaksudkan untuk memberikan gambaran atau pemahaman mengenai gejala (dari perspektif subjek atau aktor), membuat teori.
Penggunaan bukti empiris	Lebih menekankan pada prinsip bilangan, logika matematik, dan teknik statistik.	Lebih menekankan pada materi diskursif/wacana serta konversi ke dalam materi diskursif dari materi-materi non-diskursif.

31. *Ibid*, hlm. 44.

Sifat analisis	Kerapkali bersifat linier dan kaku dengan berangkat dari kategorisasi yang digunakan.	Kerapkali bersifat siklis dan fleksibel dan sangat memerhatikan konteks yang ada berkenaan dengan kategori-kategori yang digunakan.
Prosedur	Biasanya bersifat rigid, objektif, dan menggunakan kaidah etika.	Kerapkali bersifat eklektik, subjektif (atau intersubjektif), dan cenderung bernuansa *emic* (interpretif), namun ada prinsip trangulasi.

Tabel 2. Penelitian komunikasi kuantitatif dan kualitatif

Metode kualitatif juga bisa digabung dengan metode kuantitatif. Contoh penelitian jenis ini adalah penelitian yang dilakukan para ahli terdahulu, misalnya yang dilakukan Conrad P. Kottak yang meneliti dampak penggunaan televisi terhadap pergeseran nilai-nilai dan kehidupan lokal di Brazil pada dekade 1980-an. Metode survei (pendekatan kuantitatif) digunakan bersama dengan metode etnografi (pendekatan kualitatif yang sering digunakan dalam studi budaya).[32] Contoh lainnya adalah yang dilakukan Entman (1990), yang menggunakan metode kuantitatif mengenai bagaimana warga Amerika keturunan Afrika ditampilkan dalam pemberitaan televisi lokal di Chicago sambil menggunakan pendekatan kualitatif untuk melukiskan pesan-pesan televisi dalam perubahan. Entman berkesimpulan bahwa televisi di Amerika memproduksi dan menyiarkan pesan-pesan yang memiliki nuansa apa yang ia istilahkan dengan rasialisme modern (*modern racialism*).[33]

32. Conrad Kottak, "Television's Impact on Values and Local Life in Brazil", dalam *Journal of Communication*, 41 (1) , Winter, 1991, hlm. 70—87.

33. R.M. Entman, "Framing: Toward Classification of Fractured Paradigm", dalam *Journal of Communication*, Vol. 42, No. 4, 1993.

Dapat dikatakan pula bahwa penelitian kualitatif sebenarnya bersifat interpretatif dan dengan demikian dapat dikatakan bersifat subjektif dalam tingkat tertentu. Sebagaimana dikatakan Deddy Mulyana, karena karakter keberadaan manusia yang memiliki kemampuan untuk berbuat, pendekatan subjektif sering disebut pendekatan humaniora. Dalam pandangan subjektivis, pengetahuan tidak memiliki sifat objektif dan tetap akan lebih bersifat interpretatif—pengetahuan didasarkan pada manusia yang melihat (mengamati) realitas dan kemudian memberikan interpretasi-interpretasi terhadapnya.[34]

Salah satu analisis kualitatif yang berdekatan dengan hal itu adalah semiotika, yang menekankan makna dari suatu pesan (teks). Misalnya, tentang bagaimana makna-makna tertentu dapat diberikan terhadap suatu pertunjukan atau tayangan TV. Kata *semiotik* (*semiotics*) berasal dari bahasa Yunani, *semeion,* yang diartikan sebagai "*a sign by which something is known*" (suatu tanda tempat sesuatu dapat diketahui). Tokoh-tokoh semiotik, seperti Charles Sanders Pierce, Ferdinand de Saussure, dan Roland Barthes mengembangkan teori semiotik untuk menyingkap makna suatu benda atau keadaan. Dalam Ilmu Komunikasi, metode ini memang cocok untuk menguak pesan yang terkandung dalam hubungan komunikasi.

Analisis ini menganggap bahwa media adalah kekuatan pengonstruksi realitas. Semiotika memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut dengan "tanda". Dengan demikian, semiotik mempelajari hakikat tentang keberadaan suatu tanda. Dalam suatu tanda, ada suatu yang tersembunyi di baliknya, bukan merupakan tanda tersebut. Menurut tokoh semiotika Saussure, persepsi dan pandangan kita tentang realitas

34. Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Bandung: Rosdakarya, 2003), hlm. 23—50.

dikonstruksikan oleh kata-kata dan tanda-tanda lain yang digunakan dalam konteks sosial.

Metode ini banyak digunakan untuk menganalisis konten (isi pesan) media sebagai komunikator dalam komunikasi massa. Masalahnya, pekerjaan media pada hakikatnya adalah mengonstruksikan realitas. Isi media adalah hasil pekerja media mengonstruksikan realitas yang dipilihnya, dengan menggunakan kata-kata atau bahasa yang dipilihnya. Sedangkan, bahasa adalah alat untuk merepresentasikan karena media massa mempunyai banyak peluang untuk memengaruhi makna dan gambaran realitas yang dikonstruksinya.

Contoh penelitian kualitatif dengan pendekatan semiotik, misalnya penelitian yang dilakukan Muhammad Edy Susilo terhadap pemberitaan pers selama masa kampanye Pemilu 1999. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa setiap pers memiliki "preferensi politik"-nya masing-masing. Teks media, menurut Susilo, merupakan *second hand reality* yang hanya menyajikan "potongan-potongan" realitas, bukan keseluruhan realitas.[35]

Pendekatan lain adalah analisis wacana (*discourse analysis*) yang merupakan suatu cara atau metode untuk mengkaji wacana (*discourse*) yang terdapat atau terkandung dalam pesan-pesan komunikasi, baik secara tekstual maupun kontekstual. Analisis wacana juga berkenaan dengan isi pesan komunikasi, yang biasanya berupa teks, seperti naskah pidato, transkrip sidang atau perdebatan di forum sidang parlemen, artikel yang termuat di surat kabar, buku-buku (esai, novel, roman), dan iklan kampaye pemilihan umum.

Banyak para ahli yang mengembangkan kerangka analisis wacana. Eriyanto dalam buku *Analisis Wacana* (2000), misalnya, menyajikan model-model analisis wacana yang dikembangkan oleh

35. Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 92.

Roger Fowler, dkk. (1979); Theo van Leeuwen (1986); Sara Mills (1992); Norman Fairclough (1998); dan Teun A. Van Dijk (1998). Dari sekian banyak tawaran itu, model Van Dijk adalah model yang paling banyak dipakai. Mungkin karena konsepnya mampu mengelaborasi elemen-elemen wacana sehingga memiliki kekuatan aplikatif dalam penelitian komunikasi.

Model van Dijk ini kerap disebut sebagai model "kognisi sosial", istilah yang sebenarnya berasal dari kajian psikologi sosial, terutama untuk menjelaskan struktur dan proses terbentuknya suatu teks. Menurut van Dijk, penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis atas teks semata karena teks hanya hasil suatu praktik produksi yang harus juga diamati.[36]

Terlepas perbedaan di dalam mendekati analisis wacana dari berbagai ilmuwan, ada beberapa prinsip dasar dari pendekatan wacana yang dapat digunakan untuk melakukan penelitian komunikasi, yang didasarkan pada kesamaan keyakinan bahwa:

- Komunikasi terdiri dari tindakan-tindakan kompleks yang kemudian membentuk pesan yang terkandung wacana atau wacana-wacana tertentu;
- Manusia terikat oleh ketentuan-ketentuan ketika menggunakan bahasa, membawakan wacana, atau melakukan tindakan-tindakan;
- Komunikator menggunakan wacana untuk mencapai tujuan, dan cara yang ditempuh dalam penggunaan wacana pada dasarnya terikat oleh ketentuan-ketentuan; dan
- Meskipun bahasa dan sistem simbol lainnya merupakan wujud nyata aktivitas komunikasi, sebenarnya wacanalah yang menjadi materi komunikasi.[37]

---

36. Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media,* (Yogyakarta: LKiS, 2001), hlm. 221.

37. Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta: LkiS, 2007), hlm. 175—176.

Mengenai pengaruh analisis wacana terhadap penelitian komunikasi, setidaknya ada tiga area kajian—sebagaimana dikemukakan oleh Keiko Matsuki dalam tulisannya *Discourse Analysis* (1996):[38]

- Etnografi komunikasi (*the ethnography of communication*), yang dirintis oleh para ahli, seperti Dell Hymes di awal dekade 1960-an. Hymes mendorong kemajuan dalam studi wacana dengan memandang wacana perspektif komunikasi yang lebih dinamis ketika ia menyarankan agar sebaiknya antropolog yang meneliti relativisme bahasa tidak hanya mengenai struktur bahasa, tetapi juga fungsi-fungsinya dengan cara membandingkan dengan budaya lain.

  Pendekatan semacam itu sangat penting bagi penelitian komunikasi antar-kelompok budaya (*inter-cultural communication*). Secara praktis, sangat berguna untuk melakukan penelitian bagi bangsa yang majemuk dan terdiri dari berbagai macam suku, agama, dan bahasa yang sering mengalami konflik dan membutuhkan saling pengertian (*mutual understanding*);

- Analisis percakapan (*conversational analysis*), yang dirintis dan dikembangkan oleh para sosiolog yang beraliran interaksionalisme simbolis. Dalam pandangan mereka, wacana atau percakapan dianggap sebagai produk dari proses interaksi. Suatu realitas sosial tidak hadir secara objektif di luar pengaruh unsur-unsur sosial, tetapi terkonstruksi melalui percakapan yang cenderung bersifat tatap muka di antara pihak-pihak yang terlibat dalam proses interaksi;

38. Keiko Matsuki, "Discourse Analysis", dalam David Levinson dan Melvin Ember (eds.). *Encyclopedia of Cultural Anthropology*, Volume 4, (New York: Henry Holt and Company), hlm. 352—354.

- *Ethnopoetics*, yaitu analisis yang lebih rinci dan detail dalam persoalan-persoalan bahasa. Tradisi ini merupakan yang paling tua dalam analisis wacana sejak dirintis Boas beserta mahasiswanya. Akan tetapi, pada dasawarsa 1970-an, Hymes dan Tedlock membuat terobosan baru dengan meneliti struktur dan fungsi keindahan bahasa yang digunakan masyarakat non-Barat (*non-Western society*).

  Lalu, kedua tokoh itu membangun tradisi analisis wacana untuk mengkaji wacana terucap (*oral discourse*). Apa yang mereka lakukan memberikan inspirasi bagi perkembangan penelitian mengenai berbagai bentuk karya seni yang menggunakan bahasa lisan, termasuk drama, puisi, lirik lagu, dan lain-lain.

  Pesan-pesan verbal yang digunakan oleh komunikatornya (misalnya, penyair, pengarang, penulis, dan naskah/skenario) dijadikan titik perhatian dengan melihat penggunaan bahasa sebagai bentuk ekspresi yang memiliki struktur dan fungsi-fungsi tertentu dalam mengungkapkan nilai-nilai keindahan serta pandangan-pandangan filsafat dan moral.

  Contoh penelitian yang menarik dengan pendekatan analisis wacana yang sering dilakukan kaum feminis, misalnya, adalah menganalisis iklan TV untuk membongkar pesan dan wacana yang ditunggangi oleh kepentingan kapitalisme terhadap perempuan. Tidak sedikit iklan yang menempatkan perempuan sebagai objek eksploitasi dengan memasangkan wacana-wacana, seperti kata-kata "dingin-dingin empuk" yang menyuguhkan perempuan dalam iklan permen Pindy.

  Banyak juga wacana di dalam tayangan-tayangan TV jika diteliti merugikan kaum perempuan, berisi wacana bias-gender, dan eksploitatif terhadap kaum perempuan—bukan hanya dalam iklan, melainkan mungkin juga dalam tayangan-

tayangan lainnya, seperti sinetron maupun *reality show* atau *infotainment*.

Metode penelitian lainnya adalah analisis *framing* atau disebut juga analisis bingkai (*framing analysis*). Analisis ini merupakan versi terbaru pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media.

Penggagas analisis ini adalah Beterson pada 1955. Awalnya, *frame* dipakai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisasi pandangan politik, kebijakan, wacana, serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Pada 1974, konsep ini lebih jauh dikembangkan oleh Goffman, yang mengandaikan bahwa *frame* adalah kepingan-kepingan perilaku (*strips of behaviour*) yang membimbing individu dalam membaca realitas. Jadi, konsep *frame* awalnya bukanlah murni berasal dari kajian komunikasi, melainkan dipinjam dari Ilmu Psikologi Kognitif.[39]

Dalam kajian komunikasi, analisis *framing* digunakan untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengonstruksi fakta. Analisis ini melihat bahwa demi menjalankan kepentingan pemilik dan para pekerjanya, media melakukan proses-proses terhadap penyuguhan terhadap fakta, antara lain seleksi terhadap isu, penonjolan fakta yang ada, memilih sumber, hingga membuat kemasan agar berita menarik sehingga lebih diingat dan mudah masuk dalam perasaan pembaca/penonton.

Menurut Entman, konsep *framing* menawarkan sebuah cara untuk mengungkapkan "*the power of a communication text*", dapat menjelaskan dengan cara yang tepat pengaruh atas kesadaran manusia yang didesak oleh transfer (atau komunikasi) informasi

39. Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 161—162.

dari sebuah lokasi, seperti pidato, ucapan/ungkapan, *news report*, bahkan juga novel. Ditambahkan oleh Entman bahwa secara esensial, *framing* meliputi penyeleksian dan penonjolan. Membuat *frame* (bingkai) berarti menyeleksi beberapa aspek suatu pemahaman atas realitas, dan membuatnya lebih menonjol dalam suatu teks yang dikomunikasikan sedemikian rupa sehingga mempromosikan sebuah definisi permasalahan yang khusus, interpretasi kausal, evaluasi moral, atau merekomendasikan penanganannya.[40]

Di bagian berikutnya, penulis juga menggunakan analisis media ini dalam kasus media Venezuela yang melakukan *framing* dalam rangka menggulingkan pemerintahan Hugo Chavez pada 2002. Yang terjadi di sana adalah politik *framing* media di saat terjadi pertarungan politik yang riil dalam waktu beberapa hari antara media yang memusuhi Hugo Chavez yang jumlahnya sangat banyak—mengingat tumbuhnya media di suatu negara biasanya dimiliki oleh konglomerat yang punya kepentingan politik dan bahkan menjadi politisi—dan pendukung Chavez yang hanya memiliki satu atau dua media (terutama media negara/pemerintah).

Brian Ellsworth, wartawan *Houston Chronicle*, telah melaporkan bahwa pertarungan politik juga berlangsung sengit dalam bidang pemberitaan, terutama di media televisi. Ia menulis bahwa televisi swasta di Venezuela berpihak tanpa syarat pada gerakan anti-Chavez, sementara stasiun televisi pemerintah berpihak tanpa syarat pada Chavez. Ia melaporkan:

> "Liputan dari saluran televisi swasta penuh 'propaganda', ujar Isidro Rivera Alvarez, seorang mekanik berusia 32 tahun, sementara saluran televisi pemerintah 'menyatakan kebenaran.'
>
> .... "Maria Teresa de Guzman, seorang desainer grafik berusia 39 tahun, melihatnya sebagai hal yang persis berkebalikan. 'Pemerintah tidak menyukai saluran televisi komersial karena

40. M. Hotman Siahaan, et.al., *Pers yang Gamang: Studi Pemberitaan Jajak Pendapat Timor-Timur*, (Jakarta: Institut Studi Arus Informasi, 2001), hlm. 80—81.

mereka menunjukkan pada dunia bahwa Chavez adalah seorang pembohong dan komunis,' ujarnya." [41]

Dalam hal ini, kepentingan dan dikotomi kelas tak bisa disembunyikan meskipun media berusaha menutup-nutupinya. Kita harus melihat bagaimana perbedaan pandangan antara seorang mekanik yang bergaji rendah dan seorang desainer grafis yang bergaji tinggi. Ini adalah persoalan perspektif kelas dalam melihat kasus. Ini adalah masalah pendapat orang miskin dan orang kaya. Orang kaya anti-Chavez, sedangkan orang miskin pro-Chavez. Jika media lokal saja keberpihakannya sudah sangat jelas begitu, apalagi media internasional yang dikuasai oleh kelas borjuis.

Feder, wartawan *NarcoNews Bulletin*, media yang khusus meliputi berita perang anti-narkotik dan politik Amerika Latin, melaporkan bahwa *Associated Press*, kantor berita yang memasok 90% berita tentang Venezuela, ternyata berpihak tanpa syarat pada kelas borjuasi yang sedang berjuang untuk menggulingkan Chavez.[42]

Feder melaporkan bahwa wartawan *Associated Press* (AP) bukan saja tidak mau melaporkan apa yang dikerjakan oleh para pendukung Chavez, melainkan juga berani mengemukakan kebohongan terang-terangan. Contohnya, Feder melaporkan bagaimana pernyataan Organisasi Negara-Negara Amerika Selatan (OAS) yang mendukung tindakan Chavez dilaporkan sebagai "menentang Chavez". Dengan lihai, responden AP di Caracas, Nestor Ikeda, memutarbalikkan fakta ini. Ikeda juga selalu melemparkan komentar jahat ketika bicara tentang para pendukung Chavez, kaum Chavistas, dan membumbui komentar positif ketika bicara tentang para penentang Chavez. Dalam penulisan laporannya, Ikeda hanya mengandalkan pertemuan dan wawancara dengan para penentang Chavez, ia sama sekali tidak

41. Brian Ellsworth, *Media take sides in Venezuela Crisis*, *Houston Chronicle*, 20 Desember 2002.

42. *Ibid*.

pernah memuat pendapat para pendukung Chavez. Pendeknya, Ikeda berpihak tanpa syarat pada para penentang Chavez.[43]

Media massa borjuis telah berbohong dalam pemberitaannya mengenai situasi di Venezuela. Yang ada di Venezuela waktu itu adalah sebuah konflik kelas yang dalam dan luas, yaitu kelas tertindas menemukan bentuk perlawanannya dalam dukungan mereka terhadap Chavez, sementara kelas pengusaha berusaha menggulingkan Chavez. Oleh karena itulah, salah satu program Chavez ketika naik menjadi presiden adalah juga merebut kembali televisi nasional (semacam TVRI di Indonesia) yang dapat digunakan untuk membalas penilaian-penilaian buruk dan serangan-serangan dari media Barat dan swasta yang dikuasai oleh kelompok kontra-revolusi. Hugo Chaves juga bermaksud mengegolkan proyek Telesur, yaitu dimaksudkan sebagai stasiun TV seluruh Amerika Latin yang dikomandoi Venezuela yang tujuannya adalah menyediakan berita dari perspektif rakyat Amerika Latin. Stasiun TV yang mendominasi benua waktu itu adalah CNN di Spanyol, yang mencerminkan bias kepentingan dari AS. Argentina, Brazil, dan pemerintahan yang baru terpilih di Uruguay mendukung kedua proyek tersebut.

Kasus perubahan politik yang diwarnai dengan pergolakan di Indonesia juga menimbulkan tingkah laku yang sama dengan di Venezuela meskipun kasus pertentangan politiknya berbeda. Berkaitan dengan hal itu, sangat menarik menyimak penelitian

---

43. *Associated Press* (AP) sudah terkenal dengan pemberitaan berat sebelah seperti ini, seperti yang terjadi pada kasus Peter McFarren, seorang jurnalis AP di Bolivia, yang terlibat dalam mengegolkan proyek pipa air senilai US$80 juta. Dalam pemberitaannya tentang konflik yang muncul dari proyek ini, McFarren menulis berita yang sangat merugikan rakyat yang menentang proyek itu. Belakangan, praktik McFarren itu berhasil dibongkar oleh *NarcoNews*. Penyelidikan oleh Komite Kejujuran dan Ketepatan Pemberitaan (FAIR) dan Howard Kurtz, wartawan *Washington Post* membuktikan bahwa memang Peter McFarren berkepentingan untuk mengegolkan proyek itu dan memutarbalikkan fakta dalam pemberitaannya. Ken Buddha Kusumandaru, "Venezuela Negeri di Ambang Revolusi", dalam *http://pdsorganiser.top-cities.com/bacaanprogresif/Intl/Venezuela.htm.*

dengan analisis *framing* yang digunakan untuk meneliti pemberitaan media massa, khususnya media cetak, dalam proses jatuhnya rezim Orde Baru pada Mei tahun 1998. Dari kajian media yang dilakukan oleh Pinckey Triputra melalui kategori topik isu berita dari awal Mei 1998 hingga pertengahan Mei 1998,[44] pada halaman muka harian *Kompas*, *Merdeka*, dan *Republika*, isi beritanya terkonsentrasi pada isu utama krisis ekonomi-politik dengan kecenderungan mengutip sumber pemerintah, menghasilkan kesimpulan bahwa masih ada kekuatan memaksa dari pemerintah pada media massa di Indonesia. Penguasaan pemerintah (Orde Baru) paling tidak masih memiliki pengaruh yang kuat bagi proses seleksi, penonjolan, dan pencarian sumber terhadap kerja media massa dalam memberitakan peristiwa-peristiwa.

44. Pinckey Triputra, "Isi Media sebagai Produk Interaksi Antaragensi: Kasus Media Cetak pada Mei 1998", dalam Dedy Hidayat, et.al (eds.), *Pers dan Revolusi "Mei": Runtuhnya Sebuah Hegemoni*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 407—419.

BAB II

Definisi dan Hakikat Komunikasi

b r a

A. Mendefinisikan Komunikasi

Sebagai sebuah gejala yang merupakan bagian kehidupan dan perilaku manusia, komunikasi berusaha didefinisikan oleh sejumlah ahli yang mencoba memahami komunikasi. Tentu saja tidak ada definisi tunggal atau yang sama persis dari masing-masing. Meskipun demikian, dari berbagai macam definisi, tentu kita dapat mengambil kesimpulan umum untuk menggambarkan apa yang dimaksud dengan komunikasi.

Berbagai sumber menyebutkan bahwa kata *komunikasi* berasal dari bahasa Latin *communis*, yang berarti 'membuat kebersamaan' atau 'membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih'. Akar kata *communis* adalah *communico*, yang artinya 'berbagi'. Dalam hal ini, yang dibagi adalah pemahaman bersama melalui pertukaran pesan. Komunikasi sebagai kata kerja (*verb*) dalam bahasa Inggris, *communicate*, berarti:

- Untuk bertukar pikiran-pikiran, perasaan-perasaan, dan informasi;

- Untuk menjadikan paham (tahu);
- Untuk membuat sama; dan
- Untuk mempunyai sebuah hubungan yang simpatik.

Sedangkan, dalam kata benda (*noun*), *communication*, berarti:

- Pertukaran simbol, pesan-pesan yang sama, dan informasi;
- Proses pertukaran di antara individu-individu melalui sistem simbol-simbol yang sama;
- Seni untuk mengekspresikan gagasan-gagasan; dan
- Ilmu pengetahuan tentang pengiriman informasi.

Jadi, secara umum, komunikasi dapat didefinisikan sebagai usaha penyampaian pesan antarmanusia. Jadi, Ilmu Komunikasi adalah ilmu yang mempelajari usaha penyampaian pesan antarmanusia. Objek Ilmu Komunikasi adalah komunikasi, yakni usaha penyampaian pesan antarmanusia. Ilmu Komunikasi tidak mengkaji proses penyampaian pesan kepada makhluk yang bukan manusia (hewan dan tumbuh-tumbuhan).

Pada 1976, Dance dan Larson mengumpulkan 126 definisi komunikasi yang berlainan. Bisa jadi, sekarang jumlah itu telah meningkat lebih banyak. Mereka mengidentifikasi tiga dimensi konseptual penting yang mendasari perbedaan ke-126 definisi temuannya itu, antara lain:

1. Komunikasi Dilihat dari Tingkat Observasi atau Derajat Keabstarakannya
   (a) Komunikasi yang bersifat umum: menyatakan bahwa komunikasi adalah proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian lainnya dalam kehidupan. Dalam hal ini, komunikasi adalah gejala yang umum ada dalam kehidupan, tidak ada kehidupan manusia yang lepas dari proses komunikasi; dan

(b) Komunikasi yang bersifat terlalu khusus, menyatakan bahwa komunikasi adalah alat untuk tujuan-tujuan dan bidang-bidang khusus, seperti untuk mengirimkan pesan militer, perintah, dan sebagainya melalui telepon, telegraf, radio, kurir, dan sebagainya.

2. Komunikasi dengan Tingkat Kesengajaan
   Sengaja berarti dilakukan dengan sadar dan kadang terencana. Dalam hal ini, komunikasi dilakukan secara sadar—pesan dan tindakan mengirimkan pesan dilakukan secara sadar. Komunikasi dipahami sebagai situasi-situasi yang memungkinkan suatu sumber mentransmisikan suatu pesan kepada seorang penerima dengan disadari untuk memengaruhi perilaku penerima.

   Sedangkan, definisi yang mengabaikan kesengajaan, misalnya dari Code (1959) yang mendefinisikan komunikasi sebagai proses yang membuat sesuatu dari yang semula dimiliki oleh seseorang atau monopoli seseorang menjadi dimiliki dua orang atau lebih. Jadi, dalam hal ini kata kuncinya adalah pesan dan informasi yang terbagi bersama antara dua orang akibat pesan yang datang dari satu pihak/orang, entah disadari atau tidak, disengaja atau tidak.

3. Definisi Berdasarkan Tingkat Keberhasilan dan Diterimanya Pesan
   Dalam hal ini, komunikasi dilihat dengan menekankan pada keberhasilan dan diterimanya pesan. Misalnya, definisi yang menyatakan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran informasi untuk mendapatkan saling pengertian. Sedangkan, yang tidak menekankan keberhasilan, misalnya definisi yang menyatakan bahwa komunikasi adalah proses transmisi informasi semata, tak peduli pada tingkat keberhasilan penyampaian pesan tersebut.

B. Unsur-Unsur Komunikasi

Dari paparan yang telah diuraikan di atas, untuk dapat terjadi proses komunikasi, minimal terdiri dari tiga unsur utama:

- Pengirim pesan;
- Pesan; serta
- Target penerima pesan.

Namun, komunikasi bukan semata terdiri atas tiga unsur itu. Ketiga unsur itu adalah unsur-unsur dasar, tetapi proses komunikasi bisa mengandung lebih dari unsur-unsur itu.

Kita ambil contoh bentuk komunikasi yang dilakukan dengan cara menulis surat. Katakanlah pada saat penulis kuliah dulu, penulis kuliah di kota yang jauh dari rumah dan penulis mengirim surat pada ibu di kampung yang penulis tinggalkan. Ibu penulis menerima suratnya dan ia terharu membaca isi surat yang penulis kirimkan hingga ia meneteskan air mata. Lalu, ia membalas surat tersebut dan mengirimkannya pada penulis.

Dalam kasus tersebut, unsur-unsur komunikasinya adalah sebagai berikut:

- Penulis sebagai penyampai pesan;
- Pesan yang penulis sampaikan;
- Surat sebagai medium pengantar pesan;
- Ibu penulis sebagai penerima pesan; dan
- Efek atau pengaruh pesan yang membuat ibu penulis menangis.

1. Pengirim Pesan: Komunikator

Pengirim pesan adalah manusia yang memulai proses komunikasi, disebut "komunikator". Komunikator ketika mengirimkan pesan tentunya memiliki motif dan tujuan, yang sering disebut "motif komunikasi". Ada yang menyebut pengirim pesan atau komunikator dengan istilah "pengirim" saja atau disebut juga "sumber". Sebagian

pengamat dan ilmuwan komunikasi lain ada yang menyebutnya sebagai *encoder*. Istilah "encoder" identik dengan istilah yang diartikan sebagai alat penyandi. "Encoding" adalah proses penyandian, yang disandikan adalah pesan.

Komunikator bisa terdiri dari satu orang, banyak orang atau lebih dari satu orang, serta kumpulan orang (massa). Apabila orang banyak atau lebih dari satu orang tersebut relatif saling kenal sehingga terdapat ikatan emosional yang kuat dalam kelompoknya, mereka disebut kelompok kecil. Apabila mereka relatif tidak saling kenal secara pribadi sehingga ikatan emosionalnya lemah, mereka disebut sebagai "kelompok besar" atau "publik".

Sementara, kumpulan banyak orang yang bukan hanya kenal, melainkan juga berkumpul karena memiliki tujuan dan visi misi yang sama serta ada pembagian kerja di antara mereka, biasanya disebut "organisasi". Banyak jenis organisasi dalam masyarakat. Ada yang mengejar keuntungan atau bersifat komersial (misalnya, organisasi ekonomi [perusahaan]; ada juga yang bersifat nirlaba [yayasan atau lembaga swadaya masyarakat atau *non-govermental organization*/NGO]).

Jadi, selain komunikator dapat berupa satu orang, bisa juga komunikator terdiri lebih dari satu orang, bahkan banyak orang, baik kelompok orang dalam jumlah kecil maupun besar, dengan tingkat ikatan emosional dan teknis yang berbeda. Inilah yang menyebabkan jenis tatanan komunikasi mulai dari komunikasi intrapersonal, interpersonal, komunikasi massa, komunikasi publik, hingga komunikasi organisasi. Misalnya, dalam tataran komunikasi massa, komunikator biasanya adalah organisasi penerbitan, yakni tim redaksi surat kabar. Surat kabar atau pers adalah komunikator utama dalam komunikasi massa.

2. Penerima Pesan: Komunikan

Penerima pesan (komunikan) adalah manusia berakal budi kepada siapa pesan komunikator ditujukan. Ada ahli lain yang menyebut penerima pesan atau komunikan sebagai "decoder".

Dalam proses komunikasi, utamanya dalam tataran antarpribadi, peran komunikator dan komunikan bersifat dinamis, dapat saling berganti. Misalnya, dalam kasus di atas, ketika ibu penulis menulis surat sebagai jawaban atas surat yang penulis kirimkan, ia juga telah bertindak sebagai komunikator juga. Ketika penulis menerima surat yang ditulis ibu penulis, dari kacamata ibu penulis, penulis berfungsi sebagai komunikannya. Demikian seterusnya ketika proses surat-menyurat itu terjadi terus-menerus yang sifatnya dinamis.

Sebagaimana komunikator, komunikan juga dapat terdiri dari satu orang, banyak orang (kelompok kecil, kelompok besar, termasuk dalam wujud organisasi), dan massa. Dilihat dari jumlah komunikator dan komunikannya, proses komunikasi dapat terjadi dalam sembilan kemungkinan, antara lain:

- Antara satu orang dan satu orang, misalnya penulis dengan kekasih penulis;
- Antara satu orang dan banyak orang, misalnya penulis dengan mahasiswa penulis;
- Antara satu orang dan massa, misalnya penulis sebagai penulis opini di koran, penulis sebagai komunikator massa yang menyampaikan pesan melalui media massa;
- Antara banyak orang dan satu orang, misalnya sekelompok warga desa yang melakukan demonstrasi terhadap lurahnya atau menyampaikan tuntutan kepada kepala desanya;
- Antara banyak orang dan banyak orang, misalnya sekelompok mahasiswa dengan kelompok lainnya;

- Antara banyak orang dan massa, misalnya sekelompok polisi mencanangkan pesan anti-terorisme, menyampaikan pesan melalui TV sebagai media massa elektronik;
- Antara massa dan satu orang, misalnya khalayak pembaca media massa mempertanyakan penyataan seorang tokoh di media massa;
- Antara massa dan banyak orang, misalnya khalayak pembaca media massa mempertanyakan sikap sekelompok polisi yang katanya anti-terorisme tadi; dan
- Antara massa dan massa, misalnya sebagian khalayak massa pembaca *Tempo* yang setuju atas suatu pemberitaan, sementara sebagian khalayak lainnya tidak setuju atas pemuatan berita di majalah itu.

Jumlah kemungkinan di atas akan semakin beragam manakala kita lebih jauh mengurai unsur "banyak orang" atas kelompok kecil, kelompok besar/publik, dan organisasi. Misal, komunikasi antara satu orang dan organisasi terjadi ketika seorang pelanggan (komunikator) mengajukan ketidakpuasannya atas kinerja produk suatu organisasi produsen (komunikan) yang baru ia beli. Maka, ketika perusahaan produsen tersebut melalui petugas humasnya memberikan jawaban atas ketidakpuasan konsumen, terjadilah komunikasi antara organisasi (produsen) selaku komunikator dan satu orang (pelanggan) selaku komunikan.

Dalam konteks komunikasi massa, komunikan lazim disebut khalayak, tujuan (*destination*), pemirsa, pendengar, pembaca, target sasaran. Dalam komunikasi pemasaran, disebut "target pasar" atau "target konsumen".

3. Pesan

Pesan kita definisikan sebagai segala sesuatu yang disampaikan komunikator kepada komunikan untuk mewujudkan motif

komunikasinya. Pesan sebenarnya adalah suatu hal yang sifatnya abstrak (konseptual, ideologis, dan idealistik). Akan tetapi, ketika ia disampaikan dari komunikator kepada komunikan, ia menjadi konkret karena disampaikan dalam bentuk simbol/lambang berupa bahasa (baik lisan maupun tulisan), suara (audio), gambar (visual), mimik, gerak-gerik, dan lain sebagainya.

Oleh karena itu, lambang komunikasi disebut juga bentuk pesan, yakni wujud konkret dari pesan, berfungsi mewujudkan pesan yang abstrak menjadi konkret. Suara, mimik, dan gerak-gerik lazim digolongkan dalam pesan nonverbal, sedangkan bahasa lisan dan bahasa tulisan dikelompokkan dalam pesan verbal.

4. Saluran Komunikasi dan Media Komunikasi

Agar pesan yang disampaikan komunikator sampai pada komunikan, dibutuhkan saluran dan media komunikasi. Saluran komunikasi lebih identik dengan proses berjalannya pesan, sedangkan media komunikasi lebih identik dengan alat (benda) untuk menyampaikan. Jadi, saluran komunikasi lebih umum daripada media komunikasi.

Saluran komunikasi dapat berjalan baik ada media atau tidak. Komunikasi bisa terjadi tanpa media atau *nonmediated communication* yang berlangsung tatap muka atau *vis-a-vis* (*face-to-face*), tatap muka. Aktivitas komunikasi tatap muka ini bentuknya bermacam-macam, mulai dari perbincangan, wawancara, konseling, rapat, seminar, lokakarya, hingga pameran tempat target komunikan (calon konsumen) dapat berbincang langsung tatap muka dengan wakil dari perusahaan guna membicarakan produk yang dipamerkan.

Komunikasi juga berjalan dengan bantuan sarana berupa media, yang disebut media komunikasi. Media komunikasi berfungsi sebagai alat perantara yang sengaja dipilih komunikator untuk mengantarkan pesannya agar sampai ke komunikan.

Dalam komunikasi tatap muka, sebenarnya bukan berarti tidak ada perantara. Jika diselidiki secara Ilmu Fisika, pesan yang tersampaikan antara komunikator dan komunikan terdapat zat perantaranya, yaitu gelombang cahaya atau gelombang suara. Munculnya media komunikasi berarti juga pilihan untuk membuat teknologi yang memudahkan zat perantara (gelombang suara dan cahaya) dapat dimungkinkan secara teknis pada saat jarak antara komunikan dan komunikator tidak berdekatan. Misalnya, media komunikasi berupa telepon seluler (HP) merupakan pilihan teknologi untuk membuat dua orang yang jauh dapat mengantarkan pesannya. Jadi, media adalah suatu hal yang dipilih, sedangkan perantara seperti gelombang cahaya dan suara dalam komunikasi tatap muka (yang jaraknya dekat) bukanlah suatu hal yang dipilih karena sudah ada dengan sendirinya saat terjadi komunikasi.

Media komunikasi berupa teknologi dilihat dari jumlah target komunikannya dapat dibedakan atas dua jenis:

a. Media Massa

   Media massa adalah media yang berkaitan dengan penyampaian pesan. Pesan tersebut berhubungan dengan orang banyak yang membutuhkan pesan dan informasi yang berhubungan dengan apa yang terjadi pada sedikit orang di antara orang banyak itu. Misalnya, informasi berupa gunung meletus yang terjadi di sebuah kabupaten dapat diterima kepada seluruh masyarakat di sebuah negara atau bahkan di negara lainnya, tergantung daya jangkau media massa tersebut.

   Jika dilihat dari waktu terbitnya, dapat dibedakan atas media massa periodik dan media massa nonperiodik. Periodik berarti terbit teratur pada waktu-waktu yang telah ditentukan sebelumnya. Media massa periodik dapat dibedakan atas yang elektronik (radio dan TV) dan nonelektronik atau cetak (surat kabar, dan majalah). Media massa nonperiodik dimaksudkan

pada media massa yang bersifat *eventual*, tergantung pada *event* tertentu. Setelah *event* usai, selesai pulalah penggunaannya. Untuk itu, media massa nonperiodik dapat dibedakan atas manusia (juru kampanye atau *sales promotion girl*) dan benda (poster, spanduk, dan *leaflet*). Kembali pada komunikasi langsung tatap muka. Pada dasarnya, yang dilakukan adalah aktivitas komunikasi.

b. Bukan Media Massa
   Dilihat dari sifatnya, non-media massa dapat dibedakan menjadi dua:
   (1) Media manusia: manusia sebagai penyampai pesan karena pesan tidak bisa dilakukan secara tatap muka sehingga dikirimlah manusia sebagai media penyampai pesan, misalnya kurir pembawa pesan; dan
   (2) Media benda: yang dapat dibedakan atas yang elektronik (telepon, faksmile) dan yang nonelektronik (surat). Perkembangan teknologi komunikasi terkini, yakni teknologi komputer dengan internetnya, melahirkan media yang bersifat multimedia. Dikatakan multimedia karena hampir seluruh bentuk media komunikasi yang telah dikenal umat manusia menyatu dalam perangkat elektronik digitalnya. Di internet kita dapat menemukan surat elektronik, *i-phone* (telepon internet), surat kabar/majalah elektronik, radio internet, TV internet, bahkan kegiatan tatap muka melalui internet (*video conference*).

5. Efek Komunikasi

Efek komunikasi adalah situasi yang diakibatkan oleh pesan komunikator dalam diri komunikannya. Efek komunikasi ini berupa efek psikologis yang terdiri dari tiga hal:

- Pengaruh kognitif, yaitu bahwa dengan komunikasi, seseorang menjadi tahu tentang sesuatu. Berarti, komunikasi berfungsi untuk memberikan informasi;
- Pengaruh afektif, yaitu bahwa dengan pesan yang disampaikan terjadi perubahan perasaan dan sikap. Misalnya, karena suatu pidato yang bersifat persuasif, tercipta sikap untuk melakukan sesuatu atau sikap setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu); dan
- Pengaruh konatif, yaitu pengaruh yang berupa tingkah laku dan tindakan. Karena menerima pesan dari komunikator atau penyampai pesan, komunikan bisa bertindak untuk melakukan sesuatu. Misalnya, karena baru mendengar khotbah di masjid yang mengobarkan kebencian terhadap agama lain, umat Islam di masjid tersebut beramai-ramai menuju gereja dan membakarnya.

Disadari atau tidak, tujuan komunikasi memang untuk menyampaikan pesan agar terjadi perubahan perasaan dan tingkah laku pada komunikan. Komunikasi politik, seperti kampanye, jelas bertujuan agar si komunikan memilih atau memberi dukungan terhadap pihak yang berlaku sebagai komunikator. Demikian pula dalam studi komunikasi, seperti periklanan, tujuan menyampaikan pesan adalah agar ide, barang, atau jasa yang dijual laku sebanyak-banyaknya. Maka, dipelajarilah hal itu dalam bidang studi periklanan (*advertising*).

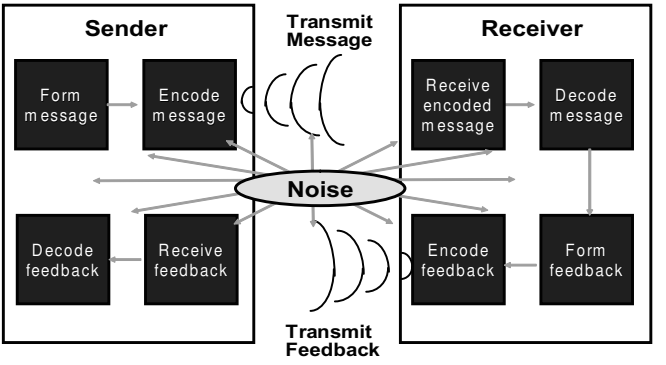
Dalam sebuah organisasi, cara menyampaikan pesan agar publik internal maupun eksternal memberikan dukungan yang positif dan terus-menerus kepada organisasi, dipelajari dalam bidang studi humas (*public relation*). Dalam jurnalistik juga demikian, bagaimana cara menyampaikan pesan melalui media massa agar dipahami sebagaimana adanya, dipelajari dalam bidang studi jurnalistik (*journalistic*).

C. Hakikat Komunikasi

Untuk memudahkan kita mendefinisikan dan memahami komunikasi, kita harus mengerti hakikat komunikasi. Kita harus mengambil unsur-unsur komunikasi yang merupakan elemen yang selalu ada ketika kita bicara tentang komunikasi, untuk mengidentifikasi apakah suatu peristiwa atau gejala dapat kita sebut komunikasi atau bukan. Dari apa yang kita bahas di atas, setidaknya ada tiga unsur yang bisa kita gunakan:

- Usaha;
- Penyampaian pesan; dan
- Antarmanusia.

Model Proses Komunikasi



Tabel 3. Model proses komunikasi

1. Usaha

Kata *usaha* berarti 'suatu hal yang dilakukan secara sadar dan memiliki tujuan'. Seorang melakukan komunikasi dengan suatu motif, atau setidaknya sadar bahwa ia melakukan suatu penyampaian pesan kepada orang lain—meskipun derajat kesengajaan kadang sulit ditentukan.

Sigmund Freud mengatakan bahwa jiwa manusia terdiri atas alam sadar dan alam bawah sadar. Oleh karenanya, terdapat motif-motif yang disadari (*manifest*) dan motif-motif yang tidak disadari (*latent*), terpendam dan muncul dari alam bawah sadar, mendorong kita menyampaikan pesan kepada manusia lain.

Apa yang kita lakukan dan kita katakan atau keluarnya pesan dari kita, baik yang kita sengaja atau tidak, kadang mendapatkan penerimaan, reaksi, atau tanggapan dari orang lain. Suatu misal, ketika dalam sebuah pertemuan, penulis memimpin rapat tersebut, ketika tiba-tiba tanpa sengaja penulis menguap, bisa jadi ada reaksi dari salah satu peserta rapat yang berkata, "Pimpinan rapat tampaknya sudah tidak mampu memimpin rapat atau waktu sudah larut malam. Bagaimana kalau rapat ini kita hentikan dulu dan kita lanjutkan besok?" Ada juga yang berkata, "Pimpinan sudah mengantuk, tampaknya kita harus menggantikannya agar rapat berjalan dengan lancar".

Beda lagi jika penulis sebagai ketua rapat memang ingin menghentikan rapat dan secara sengaja ingin menguap untuk menunjukkan betapa mengantuknya kami semua dan menunjukkan waktu sudah malam. Akan tetapi, bisa jadi usaha yang kita lakukan ternyata malah tak ditanggapi oleh orang lain. Pesan yang kita sampaikan tidak mendapatkan penerimaan.

Jadi, kadang kita sengaja mengirimkan pesan pada orang lain secara sengaja, tetapi mereka tidak menerimanya atau tak menanggapinya. Akan tetapi, pada saat kita tak sengaja menyampaikan pesan, justru muncul tanggapan atau penerimaan. Kadang, kita melambaikan tangan pada teman kita, tetapi teman kita tak menanggapinya.

Pada 1990-an, memang terjadi perdebatan tentang hal itu. Pertanyaan yang mengemuka adalah apakah komunikasi harus disengaja? Apakah komunikasi harus diterima (*received*)?

Kesepakatan yang dihasilkan dari perdebatan itu tampaknya mengarah pada pendapat ini:

- Komunikasi harus terbatas pada pesan yang sengaja diarahkan seseorang dan diterima oleh orang lainnya;
- Komunikasi harus mencakup semua perilaku yang bermakna bagi penerima, apakah disengaja atau pun tidak; dan
- Komunikasi harus mencakup pesan-pesan yang disampaikan dengan sengaja, namun derajat kesengajaan itu sulit ditentukan.

Tampaknya, kebanyakan para ahli lebih menerima konsep yang menegaskan bahwa komunikasi mencakup pesan yang disampaikan dengan sengaja, ada motif komunikasi yang mendorong manusia melakukan tindak komunikasi, menyampaikan pesan kepada manusia lain. Namun, derajat kesengajaan sulit ditentukan karena manusia terdiri dari alam sadar dan alam bawah sadar sehingga ada motif-motif yang disadari dan ada pula motif-motif yang tidak disadari muncul dari alam bawah sadar kita.

Jadi, jika penulis menguap secara tidak sengaja, kemudian teman penulis berkata, "Sebaiknya diskusi ini kita cukupkan sampai di sini dan kita lanjutkan besok." Dalam hal ini, penulis memang tidak sengaja menguap. Akan tetapi, karena teman penulis melihatnya dan kemudian berkata, "Sebaiknya diskusi ini kita cukupkan sampai di sini dan dilanjutkan besok," ini adalah komunikasi. Namun, bukan penulis yang mengambil inisiatif dalam berkomunikasi. Teman penulislah yang mengambil inisiatif, sebagai pihak yang menyampaikan pesan kepada manusia lain, yakni penulis sebagai penerima. Motif komunikasi ada pada teman penulis itu. Penulis tidak berkomunikasi kepada kawan penulis, kawan penulis itulah yang berkomunikasi dengan Anda. Jika penulis menguap dengan sengaja, dapat dikatakan penulislah yang mengambil inisiatif untuk melakukan komunikasi.

Misalnya, penulis melambaikan tangan pada teman penulis, namun ia tidak melihatnya. Dalam hal ini, ada pesan yang dikirimkan, namun tidak diterima (*received*). Pesan komunikator tidak sampai ke tujuan, tidak diterima pada sisi tujuan. Namun, ada kasus, misalnya penulis melambaikan tangan pada seorang teman dan tidak ada balasan waktu itu, tetapi keesokan harinya penulis bertemu dengannya dan dia berkata pada penulis, "Maaf, kemarin saya tidak membalas lambaian tanganmu. Saya sedang memikirkan hal lain, dan tidak menyadari bahwa kamu melambai kepada saya, sampai saya berbelok di tikungan itu." Dalam kasus ini, yang terjadi adalah umpan balik yang tertunda. Umpan balik adalah jawaban atau respons yang diberikan atas pesan yang disampaikan. Dalam kasus ini, pesan telah sampai, telah diterima. Namun, karena satu dan lain hal, responsnya terlambat atau tertunda. Anda sebagai pengirim pesan, teman Anda sebagai penerima pesan.

Untuk dapat menjadi objek kajian Ilmu Komunikasi, pesan tidak harus sampai (*received*) ke tujuan. Saat kita menyampaikan pesan, kita telah berkomunkasi, kita telah melakukan tindak komunikasi, dan setiap tindakan komunikasi pasti memiliki motifnya. Entah disadari atau tidak, motif komunikasi selalu ada, baik yang disadari atau yang bersifat *latent* atau terpendam di alam bawah sadar kita.

Ketika kita menyampaikan pesan, kita sebenarnya telah melalui proses yang kita sebut komunikasi intrapribadi (di dalam diri kita sendiri), ada motif komunikasi yang melatarinya. Ketika kita menyampaikan pesan, kita telah melakukan tindak komunikasi. Ketika pesan yang dilatari motif itu ternyata tidak sampai ke tujuannya, ini adalah objek kajian ilmu komunikasi: mencoba mengkaji mengapa pesan yang sudah dikirimkan itu tidak sampai.

2. Penyampaian Pesan

Komunikasi memang berkaitan dengan perilaku manusia dan hubungan antara sesama manusia. Akan tetapi, tidak semua perilaku

dan hubungan manusia bisa disebut tindakan atau hubungan komunikasi. Salah satu yang mencirikan bahwa tindakan manusia disebut komunikasi, selain hal yang telah kita bahas di atas, adalah adanya tindakan, kegiatan, atau proses penyampaian pesan.

Pesan harus disampaikan, jika tidak ada pesan yang tersampaikan, tidak dapat disebut komunikasi. Suatu misal, ketika Anda kebetulan sedang duduk di dalam sebuah bus pada suatu siang yang panas dan di samping Anda sedang duduk seorang yang gemuk dan keringatnya bercucuran. Jika Anda tidak menyampaikan pesan bahwa Anda tidak menyukai bau keringatnya atau lebih jauh menanyainya, "Apa Anda tidak pernah mandi atau pakai parfum?", tetapi Anda diam saja dan hanya bisa menghadapkan muka membelakangi orang di sebelah Anda sambil menutup hidung Anda, itu bukan komunikasi. Di antara Anda dan "si manusia bau" tidak terjadi komunikasi antarpribadi.

Akan tetapi, dalam ilmu komunikasi, juga dikenal komunikasi intra-pribadi, yaitu bentuk percakapan di dalam diri. Bicara membatin dengan menimbulkan pertanyaan dan jawaban sendiri dalam jiwa dan perasaan diri merupakan bentuk komunikasi intra-pribadi. Misalnya, reaksi terhadap "si manusia bau" itu hanya dapat dilakukan dalam hati dengan berkata, "Ah, parah bener orang ini. Masa' di dalam bus umum kayak gini membiarkan tubuhnya berbau gak enak bagi orang-orang. Dasar orang menyebalkan! Bagaimana kalau saya katakan saja bahwa tubuhnya berbau tak sedap dan sebaiknya dia rajin mandi, setidaknya kalau mau bepergian dan naik kendaraan umum. Gimana ya? Males , ah! ... Payah bener dech gua hari ini, duduk di sebelah badak bau!"

Dialog dengan diri sendiri menjadi kajian komunikasi yang melibatkan bantuan ilmu psikologi untuk menyelidiki bagaimana aspek kejiwaan sangat berkaitan dengan proses komunikasi. Komunikasi intrapribadi menjadi bagian ilmu komunikasi karena merupakan landasan komunikasi antarpribadi. Artinya, orang

yang komunikasi intra-pribadinya terhambat, biasanya hal itu juga akan memengaruhi cara komunikasinya dengan orang lain. Kita mengalami dialog dalam diri kita sepanjang hidup kita, pertanyaan-pertanyaan dan jawaban-jawaban dalam diri yang dibantu oleh tingkat pemikiran kita, pengalaman kita, dan lain sebagainya. Dialog ini akan menentukan bagaimana bentuk komunikasi kita dengan orang lain. Orang yang gagal berdialog dengan dirinya biasanya juga akan gagal dalam berkomunikasi dengan orang lain.

Orang yang jiwanya tidak beres kebanyakan juga disebabkan oleh faktor komunikasinya terhadap dunia dan orang lain. Belakangan, di dunia terapi psikologis (psikoterapi) banyak kita jumpai metode baru penyembuhan jiwa dan penyelesaian masalah hubungan akibat masalah psikologis. Nama metodenya adalah komunikasi terapeutik (*therapeutic communication*). Dengan metode ini, seorang terapis mengarahkan komunikasi sedemikian rupa sehingga pasien dihadapkan pada situasi dan pertukaran pesan yang dapat menimbulkan hubungan sosial yang lebih bermanfaat. Komunikasi terapeutik memandang bahwa gangguan jiwa bersumber pada gangguan komunikasi, pada ketidakmampuan pasien dalam mengungkapkan dirinya.

3. Antarmanusia

Dalam mitos, kita mengenal kisah manusia yang bisa bicara dengan hewan dan tumbuh-tumbuhan. Bahkan, ada lirik lagu Ebiet G. Ade yang mengajak kita "bertanya pada rumput yang bergoyang". Penulis tak bisa membayangkan motif apa yang kita punyai hingga kita bicara pada rumput yang bergoyang atau tumbuhan-tumbuhan lainnya.

Mungkin itu adalah gaya bahasa (majas) yang memersonifikasikan benda-benda di luar manusia, tumbuhan, dan alam dianggap bisa bicara dan berkata seperti bahasa kita manusia. Majas lebih dekat dengan kata-kata yang berbalut keindahan. Agak tidak salah jika

penulis katakan bahwa keindahan kata-kata indah, mendayu-dayu, dan kadang berbelit-belit menjadi hiburan atau pengalihan dari gagalnya keinginan yang disampaikan dengan komunikasi yang disampaikan secara jelas dan gamblang (verbal).

Pengalihan kegagalan keinginan atau ketidakberanian menyampaikan dalam bentuk komunikasi pada pihak yang dituju (manusia) sering dialihkan dalam bentuk komunikasi terhadap benda dan alam karena itu dianggap mewakili pihak yang dituju (dikirimi pesan), dan ini adalah masalah psikologis karena bicara tentang manusia berarti bicara tentang makhluk yang berperasaan. Makhluk yang ketika tak bisa mengungkapkan keinginannya kepada orang lain, lebih banyak bicara pada diri sendiri (memendamnya) atau bicara pada benda-benda.

Layaknya orang yang terbiasa membuat lirik-lirik lagu atau puisi, seakan ia bisa bicara pada alam. "Angin sampaikan salamku padanya...katakan bahwa aku mencintainya," seperti itu kata-kata (sok) puitis yang sering kita jumpai. Dalam kenyataannya, ungkapan komunikasi semacam itu tetap tak akan sampai pada yang dijadikan sasaran kecuali jika kata-kata itu justru menjadi media yang kemudian wujudnya dapat sampai pada pihak yang dituju. Mengungkapkan ungkapan cinta kepada seseorang yang kita cintai dengan bahasa yang berbelit dan sok puitis menjadi kebiasaan dan kadang dirasa indah dan bermakna oleh banyak kalangan.

Akan tetapi, yang harus dipahami: alam tidak mungkin menyampaikan sesuatu, apalagi kita hanya menyuruh angin untuk menyampaikan pesan kita. Kebanyakan berkhayal bahwa hal abstrak seperti itu akan mampu menyampaikan pesan kita sebenarnya tak lebih dari bentuk khayalan yang terjadi dalam diri, dan merupakan bentuk dialog intra-personal seperti yang kita bahas sedikit di atas. Terlampau terlibat dalam dialog dalam diri tanpa mau bertindak nyata dalam hubungan sosial nyata, dan berkomunikasi nyata, serta berani berhadapan dengan orang lain (terutama yang akan

jadi sasaran pesan kita), akan membuat kita tersiksa dan efek psikologisnya kadang juga luar biasa.

Manusia berkomunikasi dengan manusia. Titip salam bagi orang yang kita cintai, misalnya ketika kita jatuh cinta dengan seseorang, sebaiknya dengan medium yang jelas, lewat surat atau pesan singkat (SMS), atau bertemu langsung. Di era yang sudah maju teknologi semacam ini, penyampaian pesan yang meliuk-liuk dan tertunda atau gagal tampak sebagai sebuah kelucuan. Teknologi komunikasi memudahkan kita bertemu dengan orang lain, minimal menyampaikan pesan lewat media, pesan antara satu manusia dan manusia lain.

Jadi, inilah yang harus kita pahami, bahwa kita telah membahas bahwa ilmu komunikasi hanya mengkaji penyampaian pesan antarmanusia. Komunikasi antarmanusia berarti bahwa manusia sebagai pengirim pesan dan manusia lain yang bertindak sebagai penerima pesan.

Ilmu Komunikasi tidak mengkaji proses penyampaian pesan kepada yang bukan manusia. Ilmu Komunikasi yang kita pelajari hanya mengkaji masalah komunikasi antar-manusia. Manusia sebagai pengirim dan manusia sebagai penerima pesan. Lebih tegasnya, Ilmu Komunikasi tidak mempelajari komunikasi dengan yang bukan manusia.

Jika, misalnya "berkomunikasi" dengan makhluk gaib atau Tuhan, bukan wilayah Ilmu Komunikasi. Akan tetapi, serahkanlah pada ilmu agama atau klenik. Misalnya, mau berbicara dengan hewan, biarlah hal itu menjadi wilayah ilmu biologi atau zoologi, atau ilmu lainnya.

Objek formal Ilmu Komunikasi adalah usaha penyampaian pesan antarmanusia, yakni manusia yang sehat akal budinya. Objek material ilmu komunikasi adalah perilaku manusia, sama seperti objek material ilmu-ilmu sosial lainnya. Oleh karenanya, Ilmu

Komunikasi hanya mengkaji komunikasi antarmanusia dan tidak kepada yang bukan manusia.

Dengan demikian, kita harus mengenal definisi manusia dan seluk-beluk karakter hubungan manusia. Secara filsafati, pertanyaan tentang manusia merupakan wilayah kajian filsafat manusia. Akan tetapi, kajian tentang manusia dari berbagai aspeknya juga menjadi objek kajian berbagai macam ilmu, terutama ilmu sosial, seperti Sosiologi, Ilmu Budaya, Psikologi, Ilmu Politik, dan lain sebagainya.

Di bidang psikologi, teori-teori tentang manusia dilihat dari beberapa pendekatan, antara lain: (1) psikologi behavioralistik; (2) psikologi psikoanalitik; dan (3) psikologi humanistik.

Tokoh-tokoh Psikologi Behavioristik antara lain B. Watson, B.F. Skinner, Lester Frank Ward, dan sebagainya. Para pendahulu aliran pengetahuan dan psikologi ini adalah Isaac Newton, yang mengembangkan metode ilmiah di bidang-bidang ilmu fisik. Kaum Behavioris sangat mengagungkan proses belajar asosiatif atau proses belajar stimulus-respons ini sebagai penjelasan terpenting tentang tingkah laku manusia. Kaum ini percaya pada kekuatan luar atau kekuatan lingkungan sebagai penyebab tingkah laku manusia. Menurut Watson:

> "Kaum Behavioris mencoret dari kamus ilmiah mereka semua peristilahan yang bersifat subjektif, seperti sensasi, persepsi, hasrat, tujuan, bahkan termasuk berpikir dan emosi sejauh kedua pengertian tersebut dirumuskan secara subjektif...
>
> Kepribadian merupakan himpunan aneka tindakan yang dapat diungkap lewat pengamatan yang sungguh-sungguh terhadap tingkahlaku dalam waktu yang cukup lama agar diperoleh informasi yang dapat diandalkan. Dengan kata lain kepribadian hanyalah merupakan hasil akhir dari berbagai sistem kebiasaan kita."[45]

45. John B. Watson, *Behaviorism,* (Chicago: University of Chicago Press, 1930).

Kaum Behavioris meyakini sekolah sebagai lembaga yang menyelenggarakan pendidikan dan pesimis atau meragukan model pendidikan yang hanya mengandalkan pengalaman hidup yang tak dilembagakan. Mereka memiliki keyakinan yang kuat terhadap masa depan sekolah sebagai hal ihwal yang berkaitan dengan rekayasa pengubahan tingkah laku.

Aliran psikologsi ini tampaknya menganggap manusia hanya sebagai salah satu jenis binatang tanpa perbedaan esensial dengan jenis-jenis binatang lainnya dan memiliki kecenderungan-kecenderungan merusak dan anti-sosial yang sama. Watson mengatakan, "Sejak semula…kami tetap yakin bahwa manusia adalah binatang, berbeda dengan binatang-binatang lainnya hanya dalam hal bentuk-bentuk tingkah laku yang ditampilkannya."[46]

Tokoh lain aliran Behavioris adalah B.F. Skinner yang juga meyakini hal yang sama. Ia berkata, "Satu-satunya perbedaan antara tingkah laku tikus dan tingkah laku manusia yang mungkin saya saksikan (terlepas dari beda yang amat besar dalam kompleksitasnya) terletak dalam soal tingkah laku."[47] Kepercayaan adanya kesamaan antara binatang dan manusia inilah yang menyebabkan para tokoh dalam aliran ini sering menggunakan binatang sebagai percobaan-percobaan risetnya untuk mendapatkan kesimpulan-kesimpulan, entah untuk memudahkan penelitian atau alasan objektivitas.

Aliran psikologi Behavioris mendapatkan tantangan dari psikolog, yang salah satunya melahirkan aliran Psikologi Humanistik yang salah satu tokohnya yang terkenal adalah Abraham Maslow. Aliran ini menyebut dirinya juga sebagai aliran psikologi Mazhab Ketiga. Artinya, sebagai sintesis dari dua mazhab lainnya, satunya adalah aliran Psikoanalitis (freudianisme) yang menekankan teori Instinktivisme dan satunya lagi adalah Behaviorisme itu.

---

46. *Ibid.*

47. Dikutip dalam Floyd Matson, *The Broken Image*, (New York: Doubleday, 1966).

Freudianisme dianggap berusaha mereduksi tingkah laku manusia ke dalam ukuran kimiawi atau fisik belaka. Bagi Maslow, minat Freud adalah pada orang-orang yang mengalami gangguan mental, sedangkan laboratoriumnya tidak lain adalah pasien-pasien mentalnya. Freud dianggap kurang menaruh minat pada implikasi sosial teori-teorinya meski jumlah karya-karyanya tidak sedikit. Freud menarik alam bawah sadar dan implikasinya bagi tingkah laku manusia. Jiwa dilukiskannya sebagai gunung es yang puncaknya, yaitu bagian yang sadar, merupakan bagian kecil dibandingkan bagian yang tidak tampak, yang merupakan bagian tak sadar (alam bawah sadar, *unconscious mind*). Alam bawah sadar adalah letak insting primitif. Dari asal binatangnya itulah, manusia memperoleh aneka dorongan dasar yang bersifat turunan dan naluriah (instingtif). Freud juga menolak pendidikan moral sebab menurutnya penyakit mental adalah akibat patokan-patokan moral yang terlampau tinggi bagi kodrat binatang yang ada pada manusia.

Abraham Maslow sangat keberatan dengan Sigmund Freud yang berargumen semacam itu. Ia terutama menyayangkan Freud yang memusatkan diri pada penyelidikan tentang orang-orang yang mengalami gangguan neurotik dan psikotik. Maslow yakin bahwa orang tidak akan memahami penyakit mental sebelum ia mengerti tentang kesehatan mental. Freud, Hamilton, Hobbes, dan Schopenhauer dianggap sebagai ilmuwan yang sampai pada kesimpulan tentang kodrat manusia dengan mengamati sifat buruk manusia, dan bukan sifat-sifat terbaiknya.

Akhirnya, berbeda pula dengan Behavioris, Maslow mengemukakan keyakinannya bahwa kita dapat belajar jauh lebih banyak tentang tingkah laku manusia dengan mempertimbangkan segi-segi subjektif maupun segi-segi objektifnya. Jika aspek subjektif itu diabaikan, banyak sekali tingkah laku manusia yang kehilangan maknanya.

Freud dianggap cenderung mengabaikan adanya proses belajar secara asosiasi dan tingkah laku stimulus-respons, sementara kaum

Behavioris secara dogmatis menolak segala bentuk naluri, baik atau buruk. Jika tingkah laku manusia, sebagaimana diyakini kaum Behavioris, hampir seluruhnya berupa usaha defensif menghilangkan aneka ketegangan tubuh yang mengganggu dengan hasil akhir berupa keadaan serba-pasif menunggu munculnya ketegangan baru yang lebih banyak lagi, lalu bagaimana mungkin orang menjadi semakin arif dan semakin baik? Bagaimana mungkin orang memiliki semangat hidup jika hidup sekadar upaya menghindari ketegangan? Mungkin terlalu terpukau menyelidiki binatang, kaum Behavioris melupakan adanya bentuk-bentuk motivasi positif pada manusia, seperti harapan, kegembiraan, dan optimisme.

Perbandingan tiga sifat manusia berdasarkan ketiga aliran psikologi tersebut adalah sebagai berikut:[48]

Aliran-aliran Psikologi

Behavioralistik	Psikoanalitis	Humanistik
Model belajar secara mekanistik	Model psikodinamik secara hidrolik	Model kognitif emosional secara antropomorfik
Organisme pasif yang harus dimotivasi	Individu pasif yang harus didorong oleh seks dan kekuatan agresif	Diri seseorang yang aktif yang sadar akan dirinya dan potensinya
Menanggapi rangsangan lingkungan	Menangani dorongan hati yang tidak disadari	Menanggapi adaptasi rangsangan kreatif secara eksternal dan internal
Organisme berkembang melalui pengondisian secara sinambung yang ditentukan oleh lingkungan	Seseorang berkembang melalui peringkat psikoseksual yang ditentukan secara biologis	Diri seseorang berkembang melalui peringkat pertumbuhan kognitif yang ditentukan secara psikologikal

48. Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Penerbit PT. Citra Aditya Bakti, 2003), hlm. 358—360.

Tidak perlu bersepekulasi pada proses kognitif	Model pertimbangan mental dengan tiga bagian id, ego, dan super-ego	Pembimbingan diri menghasilkan struktur pertumbuhan dan kognitif
Dikondisikan untuk seimbang dengan lingkungan	Mengembangkan hubungan homeostatik antara Id, Ego, dan Super-Ego	Aktualisasi diri yang didorong oleh kesadaran humanistik
Rasional cermin untuk struktur lingkungan	Tak rasional subjek untuk dorongan tak sadar	Rasional sadar akan diri dan keterlibatan sosial
Mencari kesenangan, menghindari kesulitan	Mencari kepuasan dorongan seksual agresif	Mencari pemenuhan diri melalui transendensi
Dikendalikan secara eksternal oleh lingkungan	Dikendalikan secara internal oleh psike melalui dorongan seksual	Dikendalikan secara internal otonom memastikan diri
Dapat diramal karena kondisi lingkungan	Tak dapat diramal karena dorongan tak sadar	Tak dapat diramal karena kebebasan memilih
Lingkungan bertanggung jawab terhadap perilaku	Dorongan tak sadar bertanggung jawab terhadap perilaku	Seseorang bertanggung jawab terhadap perilakunya
Tidak mampu berperilaku altruistik termasuk cinta karena mengharap imbalan yang menyenangkan	Tidak mampu berperilaku altruistik, termasuk cinta karena mereaksi dorongan seksual	Mampu berhubungan bermakna melalui keterlibatan dengan orang lain dan anggapan bahwa cinta melebihi dirinya (transendensi diri)

Tabel 3. Perbandingan tiga sifat manusia berdasarkan ketiga aliran psikologi

Sementara itu, menurut Drs. Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya *Psikologi Komunikasi* (2007),[49] teori-teori tentang manusia terbagi dalam empat aliran: Psikoanalisis, Behaviorisme, Psikologi Kognitif, dan Psikologi Humanistik. Keempat aliran ini memandang manusia dengan cara yang berbeda. Mengutip McDavid dan Harari (1974), Jalaluddin Rakhmat memberikan pandangan tentang manusia sebagai berikut:[50]

Teori Manusia

Teori	Konsepsi tentang Manusia	Tokoh-Tokohnya	Kontribusi pada Psikologi Sosial
Psikoanalisis	*Homo Volens* (Manusia berkeinginan)	Sigmund Freud, Carl Jung, Adler, Abraham, Horney, Bion	Perkembangan kepribadian, Sosialisasi, Identifikasi, Agreasi
Kognitif	*Homo Sapiens* (Manusia berpikir, Manusia Bijak)	Lewin, Heider, Festinger, Piaget, Kohlberg	Kebudayaan dan perilaku, Sikap bahasa dan berpikir, Dinamika Kelompok
Behaviorisme	*Homo Mechanicus* (Manusia Mesin)	Hull, Miler & Dollard, Rotter, Skinner, Bandura	Propaganda, Persepsi Interpersonal, Konsep Diri, Eksperimen, Sosialisasi, Kontrol Sosial, Ganjaran dan Hukuman
Humanisme	*Homo Ludens* (Manusia bermain)	Rogers, Combs&Snygg, Abraham Maslow, May Satir, Peris	Konsep Diri, Transaksi Interpersonal, Masyarakat dan Individu

Tabel 4. Teori manusia

49. Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 18—19.

50. J.W. McDavid dan H. Harari, *Social Psychology: Individuals, Groups, Societies*, (New York: Harper & Row Publisher, 1968), hlm. 31.

Berdasarkan ciri psikologis manusia, manusia juga merupakan makhluk yang berkomunikasi. Dengan demikian, manusia adalah komunikator humanistik. Sebagai penyampai pesan, pesan yang lahir dari manusia berkaitan dengan dua hal:

a. Isi pesan (*content of message*)
   Isi pesan biasanya hasil dari pikiran dan kadang juga perasaan. Apa yang kita ungkapkan, ucapkan, dan kadang kita lakukan merupakan pesan yang dilihat oleh orang lain yang akan menimbulkan tanggapan (reaksi), diterima, dan ditanggapi sebagai sebuah proses komunikasi.

b. Lambang (*symbol*)
   Lambang yang umum digunakan adalah bahasa. Akan tetapi, selain bahasa juga ada lambang lain yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan, seperti gambar, gestur tubuh, warna, isyarat, dan lainnya yang juga bisa digunakan untuk memberi arti atau sebagai pesan.

   Tentang komunikasi melalui bahasa, kita harus melihatnya sebagai medium yang unik. Medium ini merupakan hasil evolusi sejarah umat manusia sebagai makhluk yang mengalami perkembangan dalam ranah komunikasi. Para filsuf Yunani dulu memandang bahasa sebagai alat untuk mencari dan mengungkapkan kebenaran, untuk mengekspresikan hal-hal yang bersifat artistik, dan untuk persuasi. Lalu, para pakar linguistik kontemporer melanjutkan jalur ini dengan memberikan daftar yang lebih rinci mengenai fungsi bahasa, baik secara sosial, psikologis, dan politis. Lebih diperjelas lagi, bahasa adalah kata.

Sebagaimana dikatakan Jalaluddin Rakhmat,[51] pakar komunikasi sepakat bahwa makna kata sangat subjektif, "*Words dont't mean, people means.*" Dalam hal ini, bahasa harus dilihat sebagai bagian dari ideologi yang tak lepas dari kepentingan. Jadi, ketika komunikasi dilakukan melalui bahasa, kepentingan bahasa dapat dikuak agar kita bisa melihat kepentingan-kepentingan yang ada pada penyampai pesan.

D. Komunikasi sebagai Aktivitas Simbolis dan Pertukaran Makna

Karena komunikasi terjadi antar-manusia, salah satu sifat yang melekat adalah manusia sebagai makhluk yang menyukai simbol (*homo simbolicum*) dan manusia yang selalu mencari dan mengeluarkan makna (*homo significan*). Dalam hal ini, komunikasi juga disebut sebagai aktivitas simbolis karena kegiatan komunikasi menggunakan simbol-simbol bermakna yang diubah ke dalam kata-kata (verbal) untuk ditulis dan diucapkan atau simbol "bukan kata-kata verbal" (non-verbal) untuk "diperagakan".

Manusia memiliki makna karena ia tidak hanya sebagai objek kehidupan atau situasi sosial, tetapi juga menjadi subjek bagi dirinya dalam menjalani sesuatu. Manusia berinteraksi dengan dirinya. Ketika dia berkomunikasi dengan dirinya, dia bisa menjadi subjek dan sekaligus objek. Manusia berpikir, yang berarti juga berbicara kepada diri sendiri, sama seperti ketika berbicara dengan orang lain. Percakapan dengan diri sendiri sebagian besar dilakukan dengan diam. Tanpa diri sendiri, manusia tidak akan mampu berkomunikasi dengan orang lain sebab hanya dengan itu, komunikasi yang efektif dengan orang lain bisa terjadi. Berpikir juga memungkinkan

51. Jalaluddin Rakhmat, "Komunikasi dan Perubahan Politik di Indonesia", dalam Yudi Latif dan Idi Subandy Ibrahim (eds.), *Bahasa dan Kekuasaan: Politik Wacana di Panggung Orde Baru*, (Bandung: Mizan, 1996), hlm. 49.

manusia menunjuk segala sesuatu, menginterpretasikan situasi, dan berkomunikasi dengan dirinya dengan cara-cara berbeda.

Oleh karena itulah, manusia selalu dihadapkan pada "arti" atau "makna". Setiap individu yang menyampaikan "arti" pada dirinya, pada saat itu juga ia memberikan "arti" pada orang lain. Perasaan terhadap diri seseorang dibentuk dan didukung oleh respon orang lain. Jika seseorang konsisten menunjukkan dirinya dalam pelbagai perbedaan, dia juga harus menerima perlakuan orang lain sesuai yang dia berikan padanya.

Memahami hubungan seperti itu, kita akan berkenalan dengan pendekatan atau teori Interaksionalisme Simbolis. Perspektif interaksi simbolis berusaha memahami budaya lewat perilaku manusia yang terpantul dalam komunikasi. Interaksi simbolis lebih menekankan pada makna interaksi budaya sebuah komunitas. Makna esensial akan tercermin melalui komunikasi budaya antar-warga setempat. Pada saat berkomunikasi, jelas banyak menampilkan simbol yang bermakna. Oleh karenanya, tugas peneliti menemukan makna tersebut.

Studi manusia tidak bisa dilakukan dalam cara yang sama dengan tindakan ketika studi tentang benda mati. Peneliti perlu mencoba empati dengan pokok materi, masuk pengalamannya, dan berusaha memahami nilai dari tiap orang. Dalam hal ini, seorang ilmuwan sosial berusaha menghindarkan penilaian kuantitatif dan pendekatan ilmiah serta menekankan riwayat hidup, autobiografi, studi kasus, buku harian, surat, dan *nondirective interviews*. Herbert Blumer, misalnya, ilmuwan sosial yang menggunakan pendekatan interaksionalisme-simbolis ini, menekankan pentingnya pengamatan peserta di dalam studi komunikasi. Lebih lanjut, tradisi Chicago melihat orang-orang sebagai kreatif, inovatif, dalam situasi yang tak dapat diramalkan. Masyarakat dan diri dipandang sebagai proses,

yang bukan struktur untuk membekukan proses adalah untuk menghilangkan intisari hubungan sosial.[52]

Jadi, hubungan sosial harus dipahami sebagai fenomena sosial lebih luas melalui pencermatan individu. Ada tiga premis utama dalam teori interaksionisme simbolis ini, yakni manusia bertindak berdasarkan makna-makna. Makna tersebut didapatkan dari interaksi dengan orang lain. Makna tersebut berkembang dan disempurnakan saat interaksi tersebut berlangsung. Menurut K.J. Veeger yang mengutip pendapat Herbert Blumer, teori interaksionisme simbolis memiliki beberapa gagasan. Di antaranya adalah mengenai Konsep Diri.[53] Di sini dikatakan bahwa manusia bukanlah satu-satunya yang bergerak di bawah pengaruh perangsang entah dari luar atau dalam, melainkan dari organisme yang sadar akan dirinya (*an organism having self*). Kemudian, gagasan "Konsep Perbuatan", yaitu perbuatan manusia dibentuk dalam dan melalui proses interaksi dengan dirinya. Perbuatan ini sama sekali berlainan dengan perbuatan-perbuatan lain yang bukan makhluk manusia. Kemudian, "Konsep Objek", yaitu manusia diniscayakan hidup di tengah-tengah objek yang ada, yakni manusia-manusia lainnya.

Selanjutnya, "Konsep Interaksi Sosial". Di sini proses pengambilan peran sangatlah penting. Yang terakhir adalah "Konsep Joint Action". Di sini aksi kolektif yang lahir atas perbuatan-perbuatan masing-masing individu yang disesuaikan satu sama lain. Sebagaimana dikatakan Ryadi Soeprapto (2001),[54] hanya sedikit ahli yang menilai bahwa ada yang salah dalam dasar pemikiran yang

---

52. Stephen W. Littlejohn, *Theories of Human Communication*, (Belmont: Wadsworth Publishing Company, 1995).

53. K.J. Veeger, *Realitas Sosial: Refleksi Filsafat Sosial atas Hubungan Individu-Masyarakat dalam Cakrawala Sejarah Sosiologi,* (Jakarta: Gramedia, 1985), hlm. 224—226.

54. Ryadi Soeprapto, *Interaksionisme Simbolis: Perspektiof Sosiologi Modern*, (Malang: Averroes Press dan Pustaka Pelajar, 2000).

pertama. "Arti" (*mean*) dianggap sudah semestinya begitu sehingga tersisih dan dianggap tidak penting. "Arti" dianggap sebagai sebuah interaksi netral antara faktor-faktor yang bertanggung jawab pada tingkah laku manusia, sedangkan tingkah laku adalah hasil dari beberapa faktor. Kita dapat melihatnya dalam ilmu psikologi sosial saat ini. Posisi teori interaksionisme simbolis adalah sebaliknya, bahwa arti yang dimiliki benda-benda untuk manusia berpusat dalam kebenaran manusia tersebut.

Dalam kaitannya dengan terjadinya hubungan sosial, yang harus dipahami dalam hal ini adalah bahwa hubungan sosial itu harus dilihat sebagai pertukaran makna dari individu atau kelompok yang saling berhubungan. Masing-masing individu memiliki kepentingan, ide, dan makna yang akan ditawarkan atau ditarungkan dengan makna orang lain. Ketika hubungan dilakukan, pertukaran makna dan nilai-nilai itu akan menghasilkan kesatuan makna baru yang dibagi bersama. Ketika penulis berhubungan dengan seseorang, masing-masing memiliki latar belakang yang berbeda yang memungkinkan pemaknaan terhadap diri dan kehidupan juga berbeda. Ketika kami melakukan hubungan intensif, kami akan berbagi makna dan ide, yang akan dibagi bersama.

Dalam berkomunikasi, simbol dapat berbentuk tindakan dan aktivitas manusia, atau tampilan objek yang mewakili makna tertentu. Makna di sini mencakup persepsi, pikiran, atau perasaan yang dialami seseorang yang pada gilirannya dikomunikasikan kepada orang lain. Pada saat kita bercakap-cakap dengan seseorang, kita sebenarnya sedang mengalihkan suatu paket simbol pada orang lain. Komunikasi, baik dalam aktivitas simbolis, proses maupun pertukaran makna, selalu ada dalam beberapa bentuk, yakni komunikasi antarpribadi, kelompok kecil, dan kelompok besar, organisasi, publik, dan massa.

E. Komunikator Humanistik

1. Manusia Sebagai Komunikator

Manusia sebagai komunikator memiliki sifat-sifat sebagai berikut:

- Personal dan unik, yaitu bahwa manusia merupakan makhluk yang memiliki kepribadian (personalitas) yang hadir dalam karakter individu, yang dapat dilihat dalam tindakan, penampilan, dan pembicaraan. Jadi, pesan yang disampaikan dalam posisi kita sebagai komunikator akan menunjukkan siapa kita yang berbeda dengan orang lain. Semakin jelas manusia menampilkan diri dan menyampaikan pesan pada orang lain tentang siapa dirinya melalui tindakan dan ucapannya, ia akan kian dimengerti orang lain. Tindakan ini juga akan memberikan padanya status dan predikat. Misalnya, jika seseorang sering menyampaikan pesan berisi hal-hal yang memberikan pencerahan pada orang lain dan posisinya dibutuhkan banyak orang karena pesan-pesan yang keluar dari dirinya (otaknya) dianggap memiliki wawasan dan pengetahuan, ia bisa jadi dianggap sebagai ilmuwan yang biasanya berpredikat peneliti, pengamat, dosen, maupun guru;
- Aktif, yaitu bahwa manusia adalah agen aktif bagi dirinya dengan keinginan dan pikirannya yang menyampaikan pesan-pesan dan melakukan komunikasi dengan orang lain; dan
- Sadar diri dan terlibat dalam kehidupan sosial, yaitu bahwa manusia menjalankan perannya secara sadar dan terlibat dalam hubungan dengan orang lain. Menurut aliran psikologi humanistik, manusia adalah subjek yang aktif dan bebas memilih, bukan sekadar makhluk yang ditekan oleh keterbatasan akibat kebutuhan internal (misalnya, libido seperti anggapan kaum instinktivis), bukan pula makhluk yang semata-mata tergantung

dari lingkungan dan kontrol dari luar dirinya (sebagaimana asumsi kaum behavioris).

2. Komunikasi Manusia yang Terganggu Vs Komunikasi yang Efektif

Karena komunikasi didorong oleh suatu motif, ia memiliki tujuan-tujuan tertentu serta fungsi-fungsi tertentu. Ketika kita bicara dengan orang lain, kita bermaksud untuk membuat orang lain itu bertingkah laku atau bertindak sesuai apa yang kita inginkan. Juga, ada hal lain yang ingin kita capai, misalnya, agar kita dimengerti oleh orang lain atau mengubah pemahaman orang lain tentang kita.

Secara umum, fungsi-fungsi komunikasi adalah:

- Mencapai pengertian satu sama lain;
- Membina kepercayaan;
- Mengoordinasi tindakan;
- Merencanakan strategi;
- Melakukan pembagian pekerjaan; dan
- Berbagi rasa.

Fungsi itu tak selamanya berjalan dengan baik. Artinya, proses komunikasi juga sering tidak berjalan dengan baik, terhambat, dan justru macet alias tidak berjalan. Gangguan adalah faktor yang memengaruhi informasi yang disampaikan kepada penerima atau mengalihkan dari penerimaan tersebut.

Secara umum, ada dua jenis gangguan dalam komunikasi:

- Gangguan teknis, yaitu gangguan yang menyangkut hambatan yang ada pada saluran komunikasi yang menjadi media antara komunikator dan komunikan (penerima pesan), yang menyebabkan pesan tidak sampai; dan
- Gangguan semantik, yaitu gangguan yang berkaitan dengan masalah pemahaman yang berbeda tentang makna dari simbol

atau isi pesan yang disampaikan, misalnya masalah bahasa yang berbeda.

Dalam komunikasi, lancar atau tidaknya komunikasi ditentukan oleh beberapa faktor, antara lain:

a. Latar belakang
   Latar belakang penyampai pesan dan penerima pesan harus dipertimbangkan. Kedua pihak sama-sama memiliki latar belakang kehidupan, baik secara budaya maupun aspek lain yang memengaruhi masing-masing pihak. Latar belakang ini memengaruhi situasi psikologis masing-masing, terdiri dari tingkat pengetahuan dan kondisi perasaan masing-masing.

b. Bahasa
   Bahasa adalah simbol yang berisi makna, yang jelas sangat penting dalam komunikasi dan harus dipertimbangkan. Tidak akan berjalan komunikasi antara dua pihak yang tidak memahami bahasa masing-masing jika tidak ada bahasa. Bahasa mencerminkan budaya suatu masyarakat, bahkan juga psikologi masyarakat, dan juga cara berpikir masyarakat—sebab bahasa adalah ideologi, demikian pendekatan sosio-kultural dan sosio-linguistik memahaminya.

c. Sikap
   Sikap dalam menyampaikan pesan juga akan memengaruhi jalannya komunikasi. Terutama, dalam komunikasi yang terjadi secara langsung dan tatap muka (*vis-à-vis*). Hal ini juga menyangkut etika berkomunikasi. Dalam hal ini, komunikasi yang tidak etis akan dipandang akan mengganggu karena tidak sesuai dengan cara-cara etis dalam menyampaikan sesuatu. Umumnya, dalam komunikasi timbal balik dalam sebuah pembicaraan ada etika seperti ini:
   - Diam dan menyimak saat lawan sedang bicara;

- Tidak memotong pembicaraan;
- Tidak meninggalkan lawan bicara;
- Tidak menepis pembicaraan lawan; dan
- Tidak berusaha menunjukkan bahwa kita lebih pandai.

d. Waktu

Proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan membutuhkan waktu. Di era ketika komunikasi membutuhkan biaya, semakin efektif waktu yang digunakan untuk mewujudkan tujuan komunikasi, yaitu bagaimana pesan yang disampaikan bisa mengubah persepsi, tingkah laku, atau tindakan sebagaimana yang diinginkan, akan membutuhkan biaya yang hemat.

Misalnya, ketika presiden akan melakukan komunikasi publik berupa kegiatan mengumumkan kenaikan harga BBM, ia harus mempertimbangkan waktu agar komunikasi tidak mengalami hambatan. Tentu dalam rapat tim pemerintah, dibicarakan kapan diumumkan dan kira-kira untuk sampai pada massa luas butuh waktu berapa lama. Maka, masalah waktu ini menyangkut bagaimana memastikan bahwa waktu yang digunakan akan sesuai dengan kemampuan media, bukan hanya media massa, melainkan juga masalah kemampuan para pekerja opini publik. Kerja opini publik dipegang oleh para pembuat opini yang jelas-jelas setuju dengan tindakan pemerintah, soal kapan juru bicara presiden dan tokoh-tokoh partai pendukung kebijakan tersebut tampil di TV, menulis opini di koran, dan lain-lain.

Waktu akan menunjukkan hubungan yang terjadi pasti mengalami perubahan pada setiap interaksi. Waktu juga memengaruhi makna terhadap suatu pesan. Ketegangan yang ditimbulkan oleh banyaknya tugas dan sempitnya waktu, ikut berpengaruh terhadap kuantitas dan kualitas komunikasi modern

masa kini. Karena hal itulah, waktu menjadi pertimbangan yang sangat penting.

e. Lingkungan

Lingkungan juga akan memengaruhi berjalannya komunikasi. Lingkungan menentukan sikap. Anda tidak bisa melakukan diskusi secara efektif di tempat yang ramai, apalagi diskusi untuk membahas hal-hal yang serius. Seorang dosen tak akan bisa menyampaikan materi kuliah secara efektif dalam situasi kelas yang ramai, misalnya karena terlalu banyak jumlah mahasiswa dalam satu kelas.

Dalam komunikasi antar-manusia, efektivitas komunikasi juga berkaitan dengan bagaimana manusia memfungsikan alat-alat tubuhnya atau indranya. Kemampuan melihat, mendengar, dan berbicara sangat menentukan bagi terjadinya komunikasi yang lancar dan efektif.

f. Melihat

Banyak orang mengatakan bahwa "mata tak bisa dibohongi". Oleh karena itulah, komunikasi melalui pandangan mata antara dua orang yang berdekatan sangatlah efektif, pengaruhnya sangat luar biasa.

Melihat adalah peristiwa menggunakan mata untuk menangkap objek visual yang ada di dalam alam kehidupan. Fungsi penglihatan merupakan hal yang vital dalam proses komunikasi, terutama proses komunikasi antar-manusia yang diantarkan oleh penyampaian media visual, seperti TV, gambar, dan tulisan.

Kita tahu, dalam komunikasi tatap muka, kita tidak hanya menerima pesan secara efektif dan bermakna dari suaranya saja, tetapi juga dari bagaimana menariknya orang yang menyampaikan pesannya ketika dilihat. Bagaimana mimik seseorang, bahasa tubuh seseorang, dan penampilan seseorang

yang kita lihat, tentu akan menentukan apakah pesan yang disampaikannya masuk pada pikiran dan perasaan kita atau tidak.

Komunikasi lewat radio (yang membuat kita mendengarkan suara penyiar sebagai komunikator) memang menarik, terutama saat mendengarkan suara penyiarnya yang merdu, indah, dan menarik hati (meskipun kita tidak tahu orangnya). Iklan radio juga mengandalkan teknik suara itu dalam menyampaikan pesan. Akan tetapi, jelas tidak bisa mengalahkan iklan TV yang selain suaranya menarik, juga disuguhkan warna yang indah. Iklan TV lebih mampu menggerakkan orang dari pada iklan radio. Inilah anugerah dari indra manusia yang memiliki fungsi penglihatan. Melihat adalah bagian penting dari komunikasi.

Dalam komunikasi tertulis, seperti media massa, jelas sekali bahwa orang yang tidak bisa melihat tidak mampu terlibat dalam proses komunikasi lisan. Orang yang buta telah kehilangan jenis komunikasi lisan yang sangat penting juga bagi pembentukan kepribadian dan kecerdasan dari informasi, wawasan, dan konseptualisasi ide yang diantarkan oleh tulisan. Dia tak bisa membaca koran, buku, dan bahan bacaan.

g. Mendengar

Setelah pesan dikirim, komunikan akan melakukan proses selektif untuk memerhatikan, mendengar, memahami, dan mengingat simbol-simbol pendengaran. Hal ini disebut dengan mendengar. Mendengarkan adalah proses aktif menerima rangsangan (stimulus) telinga. Mendengarkan adalah keterampilan yang sangat penting, tetapi umumnya kita memiliki keterampilan yang buruk.

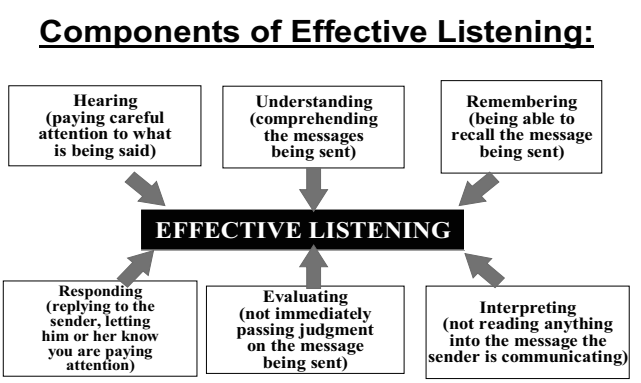
Mendengar adalah bagian yang harus ada dalam komunikasi berbicara yang menghasilkan suara. Orang yang indra

penglihatannya terhambat (buta), masih bisa mendengarkan suara. Jelas efek melihat dan mendengar sangatlah berbeda, dan keduanya bisa saling melengkapi dalam sebuah totalitas kemampuan manusia dalam menerima pesan dan menyampaikan pesan komunikasi.

Sebagaimana gambar di atas, mendengar yang efektif juga membutuhkan proses menyimak, mengingat, memahami, merespons, mengevaluasi, dan menafsirkan pembicaraan yang kita dengar. Efektivitas mendengarkan juga akan tergantung dari kemampuan masing-masing fungsi pikiran dan perasaan kita.

Menyimak (*hearing*) berarti memerhatikan secara hati-hati dan mendalam terhadap apa yang diucapkan. Tujuannya adalah agar tiap ucapan kata tidak terlewat—agar kita mendapatkan ucapan yang utuh sebagai pembentuk makna dari ucapan yang kita dengar. Semakin banyak kata yang hilang dari apa yang kita dengarkan, semakin besar kemungkinnan kita tidak memahami ucapan. Efeknya kita tak memahami pesan secara utuh.

Memahami (*understanding*) merupakan kemampuan mengerti secara menyeluruh pesan yang kita dengar. Jadi, hal ini tergantung pada kemampuan pikiran dan kecerdasan dalam mengonseptualisasi hubungan-hubungan kata dan kalimat yang ada pada pesan. Ada orang yang kemampuan mengertinya tinggi karena terbiasa berpikir konseptual dan holistik (menyeluruh). Tanpa menyimak kata per kata dari ucapan yang didengar, atau hanya mendengar sekilas saja, ia sudah mampu menyimpulkan pesan yang didengarkan. Akan tetapi, untuk pesan-pesan yang merupakan hal baru dan membutuhkan elemen-elemen kata yang rumit, kegiatan menyimak merupakan bagian yang penting dari tindakan mendengar.


Components of Effective Listening:
Hearing (paying careful attention to what is being said)
Understanding (comprehending the messages being sent)
Remembering (being able to recall the message being sent)
EFFECTIVE LISTENING
Responding (replying to the sender, letting him or her know you are paying attention)
Evaluating (not immediately passing judgment on the message being sent)
Interpreting (not reading anything into the message the sender is communicating)

Tabel 5. Komponen mendengarkan yang efektif

Mengingat (*remembering*) berarti apa yang kita dengar masih kita ingat. Ketika ucapan yang kita dengar sudah selesai, kita masih bisa mengingatnya. Dengan demikian, proses mengingat kata-kata yang sudah dilalui sangatlah kuat.

Merespons (*responding*) juga merupakan tindakan yang terjadi saat mendengar. Saat kita mendengarkan suatu ucapan orang lain, kita langsung dapat meresponsnya tanpa merespons dengan berkata (bersuara), tetapi respons ini hanya dalam batin. Respons berupa kesetujuan atau ketidaksetujuan, sambil kita masih mendengarkan, dan inilah yang akan keluar saat kita giliran berbicara untuk menanggapi ucapan yang kita dengarkan. Jadi, dalam hal ini ada proses mengevaluasi (*evaluating*) dari suara yang kita dengarkan. Tidak langsung menilai, tetapi menahan penilaian sambil mendengarkan hingga si pembicara atau suara selesai. Kegiatan lain yang terjadi saat mendengarkan adalah menafsirkan suara dan ucapan.

Tidak jarang kita terhambat untuk melakukan tindakan mendengarkan, yang disebabkan oleh banyak faktor, baik situasional, lingkungan, teknis, maupun psikologis. Misalnya:

- Sibuk dengan diri sendiri, yang merupakan tindakan mengacuhkan orang lain yang berbicara karena kita sibuk dengan kegiatan kita. Misalnya, saat guru menerangkan materi pelajaran, kita malah asyik ber-SMS;
- Asimilasi, yaitu situasi psikologis ketika kita ada kecenderungan merekonstruksi pesan yang sedang kita dengar sedemikian rupa sehingga sesuai dengan sikap, prasangka, kebutuhan, dan nilai diri;
- Faktor kawan atau lawan, yaitu situasi psikologis yang membuat kita merasa bahwa yang sedang bicara adalah "musuh" kita. Maka, kita biasanya akan tidak tertarik untuk mendengarkan secara serius meskipun informasi yang disampaikan penting; dan
- Mendengar yang diharapkan, yaitu kita sering didominasi perasaan bahwa kita ingin mendengar apa yang kita harapkan dari pesan pembicara sehingga hanyut dalam pesan pembicara, tidak mendengar apa yang dikatakan, tetapi mendengarkan apa yang kita harapkan.

h. Berbicara

Berbicara sebagai tindakan komunikasi adalah tindakan yang juga butuh efektivitas agar pesan yang disampaikan juga bisa masuk secara baik ke komunikan (pendengar, audiens).

Sebagai proses penyampaian pesan, berbicara bukan hanya tindakan mengeluarkan mengeluarkan suara dari mulut, melainkan juga memosisikan tubuh, menggerakkan tangan, menunjukkan wajah, dan lain-lain. Bukan hanya kata-kata saja yang mampu mengantarkan pesan, melainkan yang lainnya juga.

Gerakan tubuh saat berbicara adalah kekuatan yang tidak dapat diabaikan. Saat berbicara di depan audiens, dengan posisi berdiri dengan bebas berjalan di antara audiens, merupakan gaya yang

sering digunakan oleh para motivator andal, seperti Mario Teguh, Ari Ginanjar, dan lain sebagainya.

Selain itu, wajah juga sangat menentukan karena ia adalah petunjuk penting dalam komunikasi dan penyampaian pesan. Cicero, tokoh retorika Romawi, berkata, "Wajah adalah cermin jiwa." Sedangkan, Shakespeare, penyair besar asal Inggris, pernah menulis, "*Your face... is a book where man may read strage matters.*"[55]

Di antara petunjuk non-verbal, petunjuk fasial (wajah) juga dianggap penting dalam mengenali perasaan dan pesan. Inilah yang membuat Dale G. Leather dalam bukunya *Nonverbal Communication System* (1976) [56] menulis, "Wajah sudah lama menjadi sumber informasi dalam komunikasi antar-manusia. Ia adalah alat yang sangat penting dalam menyampaikan makna. Dalam beberapa detik ungkapan wajah dapat menggerakkan kita ke puncak keputusasaan. Kita menelaah wajah rekan dan teman kita untuk perubahan-perubahan halus dan nuansa makna dan pada gilirannya menelaah kita."

Karena wajah mencerminkan emosi dan perasaan, menyampaikan pesan dengan menunjukkan wajah yang pas akan membuat penerima pesan akan semakin memahami pesan yang kita maksud dan bahkan mereka juga terbawa emosi yang kita lakukan.

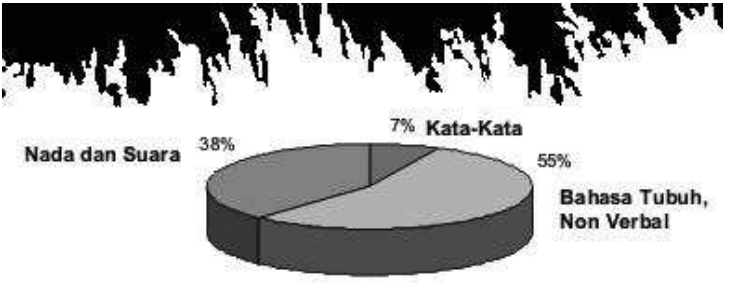
Hal lain adalah bagaimana bahasa diucapkan atau yang sering disebut sebagai paralinguistik, yaitu cara penyampai pesan mengucapkan lambang-lambang verbal (bahasa). Kemampuan

55. Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 85.

56. Dale G. Leather, *Nonverbal Communication System*, (Sydney: Allyn and Bacon, Inc., 1976), hlm. 21.

ini terdiri dari seberapa tinggi-rendahnya suara, tempo dan ritme bicara, gaya verbal (dialek), dan interaksi (perilaku ketika mengucapkan perkataan).

Jadi, tidak tepat bahwa kekuatan menyampaikan pesan dalam berbicara tergantung pada sejauh mana informasi yang disampaikan. Orang yang mempunyai banyak pengetahuan dan wawasan di otaknya, belum tentu menjadi pembicara yang baik atau pembicara yang mampu memenuhi tujuan untuk memengaruhi dan mengubah perasaan orang lain melalui tindakan berbicara. Yang diperlukan justru bahasa non-verbal yang meliputi bahasa tubuh (gerak, gestur, mimik wajah, gerak tangan, dan lain-lain), kemudian nada dan suara, baru kemudian isi kata-kata yang hanya membawa pengaruh sedikit saja.



Tabel 6. Perbandingan kata-kata, nada suara, dan bahasa tubuh, non-verbal

Jadi, dapat kita simpulkan bahwa komunikasi yang efektif dapat terjadi jika rangsangan yang disampaikan dan yang dimaksudkan oleh pengirim atau sumber berkaitan erat dengan rangsangan yang ditangkap atau dipahami oleh penerima. Beberapa patokan bahwa komunikasi berjalan secara efektif dan berhasil, antara lain:

- Terciptanya pemahaman di antara para penerima pesan atas informasi dan pesan yang kita sampaikan;
- Hadirnya rasa puas dan rasa senang di kalangan audiens, seperti seorang penonton merasa senang karena pembawa acara (MC)

yang tampil benar-benar dapat menghadirkan suasana yang membuatnya senang dan bahagia;

- Munculnya perubahan sikap di kalangan penerima pesan karena pesan yang kita sampaikan benar-benar masuk ke perasaan mereka, pemahaman mereka, dan hal itu membuatnya bertindak atau bersikap karena termotivasi untuk berbuat atau muncul pengertian baru, yang kadang menggantikan pemahaman lama; dan
- Munculnya hubungan yang lebih baik. Tujuan komunikasi, sebagai proses timbal balik, adalah untuk saling memahami dari pertukaran pesan yang ada.

BAB III

Komunikasi Intra-personal

b r a

Komunikasi terjadi di mana saja dan kapan saja. Wilayah komunikasi bisa ada dalam ranah mikro dan mikro. Mulai dari dua orang, misalnya dalam hubungan "pacaran" (sepasang kekasih); antara beberapa orang (misalnya, dalam keluarga); antara banyak orang, misalnya dalam suatu sekolah atau partai politik; hingga yang melibatkan banyak sekali orang atau melibatkan pihak dalam jumlah yang masif (komunikasi massa).

Masing-masing tataran dan konteks komunikasi tersebut memiliki latar belakang dan pengaruh yang berbeda bagi tiap-tiap orang, baik sebagai komunikator (penyampai pesan) maupun sebagai komunikan (penerima pesan), termasuk juga akan menentukan bagaimana dan seberapa besar kekuatan media yang akan dibuat.

Secara teoretis, konteks komunikasi dapat dibagi dengan berbagai cara, tergantung kategori yang kita gunakan. Misalnya, jika kita membedakan konteks komunikasi berdasarkan kategori jenis muatan pesan, komunikasi dapat dibagi menjadi beberapa jenis, misalnya:

- Komunikasi bisnis, yaitu komunikasi yang pesannya berisi atau bertujuan untuk memasarkan produk dan mendapatkan keuntungan;
- Komunikasi politik, yaitu komunikasi yang berkaitan dengan upaya untuk memperoleh dan mendistribusikan kekuasaan atau kebijakan lembaga politik (negara, pemerintahan) yang menggunakan saluran-saluran politik;
- Komunikasi kesehatan, yaitu komunikasi yang terjadi dalam upaya manusia untuk menyembuhkan orang yang sakit, seperti komunikasi antara dokter dan pasien; dan
- Komunikasi sosial, yaitu komunikasi yang berisi pesan-pesan sosial bagi masyarakat, yang tujuannya untuk mengajak masyarakat peduli melakukan tindakan-tindakan sosial.

Selain itu, sebagaimana sudah dipaparkan sekilas pada bab sebelumnya, komunikasi juga dapat dilihat dari jumlah orang yang terlibat (antara komunikator atau komunikan). Dari konteks ini, komunikasi dapat dibedakan atas satu orang, banyak orang (lebih dari satu orang, kelompok kecil, kelompok besar, atau organisasi), dan massa.

Di bawah ini penulis uraikan konteks tataran komunikasi intra-personal dulu dengan berbagai dinamika dan pengaruhnya bagi perkembangan individu. Komunikasi inter-personal, komunikasi antar-kelompok, komunikasi organisasi, komunikasi publik, dan komunikasi massa penulis uraikan di bab berikutnya.

A. Psikologi Komunikasi Intra-pribadi

Komunikasi, sebagai proses pertukaran dan penyampaian pesan, lahir dari suatu hubungan. Bicara soal hubungan, berarti juga ada pihak (benda, materi) yang terdiri lebih dari satu. Karena bayangan kita pasti seperti ini: sesuatu yang satu (dari hasil hubungan, dari

berpisah kemudian menjadi menyatu) pasti berasal dari gabungan yang lebih dari satu (minimal dua). Atau sebaliknya, suatu hal yang dua atau banyak, pasti berasal dari yang satu.

Ini seakan menjadi pertanyaan misterius, yang ingin penulis ajak pembaca untuk menyelesaikan. Kita akan membahasnya dari sudut pandang filsafat dan psikologi.

Simaklah pernyataan ini: bukankah aneh jika berangkat dari satu pribadi (tubuh hidup yang berpikiran dan berperasaan) (jika terjadi komunikasi, berarti ada dua atau lebih di dalam tubuh ini), berarti ada dua atau lebih kepribadian; berarti manusia itu berpribadi ganda? Ini adalah pertanyaan yang sering dijawab oleh kajian psikologis.

Pertanyaan terhadap diri, pertanyaan tentang diri, dan pertanyaan-pertanyaan yang muncul dalam diri tentang suatu hal—misalnya apa yang harus kita pilih untuk lakukan atau tentang benda apa yang harus kita pilih—merupakan dialog yang terjadi bukan tanpa sebab. Pertanyaan-pertanyaan selalu muncul dalam diri, misalnya:

- "Apa yang saya harus saya perbuat dalam situasi seperti ini?";
- "Kira-kira apa yang terjadi kalau saya tidak datang?";
- "Kenapa aku selalu seperti ini? Aku benar-benar tidak becus mengurus diri sendiri!"; dan
- "Oh, bahkan aku tak tahu siapa diriku. Dan tak tahu apa yang harus aku lakukan!"

Penulis belum pernah membaca buku tentang masalah ini atau yang bisa menjelaskan pandangan filosofis tentang hal ini. Dengan pemahaman penulis yang berangkat dari pemahaman materialis-dialektis-historis (MDH), pada bagian ini penulis ingin mengelaborasi hal tersebut. Belum ada pencetus MDH (Karl Marx) dan pengikutnya yang mencoba menguraikan hal ini. Mudah-mudahan uraian yang penulis buat ini berguna.

Pertanyaan semacam itu harus kita jelaskan sebagai hasil dialektika antara manusia dan alam. Ini adalah hubungan antara materi dan ide. Manusia sebagai kesatuan material dalam bentuk tubuh yang terdiri dari materi-materi. Juga, manusia yang memiliki pikiran dan perasaan dihadapkan pada alam sebagai realitas, dan manusia sebagai bagian dari alam yang memenuhi dirinya dengan dan dari alam dan mengubah alam.

Jika komunikasi adalah suatu hubungan antara satu hal atau lebih, kita harus melihat tubuh sebagai kesatuan material. Jadi, tubuh itu satu, tetapi kesatuan ini dibentuk oleh kumpulan materi-materi yang menjalin hubungan sehingga kesatuan kerja ini berfungsi membentuk manusia yang hidup. Tubuh terdiri dari organ-organ tubuh dan tiap organ terdiri dari sel-sel yang terdiri dari zat-zat. Kesatuan antara zat-zat itulah yang saling berhubungan membentuk suatu dialektika, tumbuh dan mati bertarung, sel-sel rusak dan sel-sel tumbuh, tetapi pada akhirnya semua yang hidup akan menuju pada kematian.

Dialektika antara materi-materi tubuh inilah yang sering menimbulkan keresahan saat tersambung langsung dengan perasaan dan pikiran. Dikuasai oleh dialektika tubuh, pikiran dan perasaan kalah dengan kontrol peristiwa biologis ini. Kebutuhan seks, misalnya, merupakan suatu hal yang berakar secara material pada tubuh, dari tendensi kehidupan dan kematian, penyatuan dan keterpisahan yang tidak disadari. Terutama, seks (sebagai kontradiksi, masalah, kebutuhan yang harus dilampiaskan) didorong tendensi penyatuan material biologis dan reproduktif sel dan tubuh.

Terjadi semacam dialektika material atau komunikasi antar-materi, antara yang positif dan negatif dalam tubuh kita. Inilah yang menjadi landasan dasar terjadi komunikasi pada tingkat ide dan perasaan, yang mengubah kemampuan berpikir dan merasa, baik yang mengarah pada kekuatan ide atau kelemahan ide. Mustahil tanpa adanya dua atau lebih kekuatan yang saling tarik-menarik

secara material dalam tubuh kita, yang tentu dalam banyak hal tak tersadari atau terjelaskan, mengingat kita sendirilah yang menjadi bagian tubuh itu.

Hal ini dijelaskan dengan baik sekali oleh R. P. Feynman, "Segala hal, bahkan diri kita sendiri, tersusun dari butiran-butiran halus, bagian-bagian plus dan minus yang berinteraksi dengan sangat kuat, semua saling menyeimbangkan dengan rapi."[57] Masalahnya adalah bagaimana mungkin yang plus dan yang minus "saling menyeimbangkan dengan rapi"? Barangkali, inilah jawabannya:[58]

> "Ini adalah ide yang sangat kontradiktif! Dalam matematika dasar, yang plus dan yang minus tidaklah 'saling menyeimbangkan'. Keduanya saling menghancurkan. Fisika modern telah menyingkap satu kekuatan besar yang bekerja di jantung atom-atom. Mengapa kekuatan elektron dan proton yang saling bertentangan tidak saling menghancurkan? Mengapa atom tidak pecah berhamburan begitu saja? Penjelasan yang kini dipegang orang merujuk pada '*strong force*' yang menjalin atom menjadi satu kesatuan. Tapi, fakta bahwa kesatuan dari hal-hal yang bertentangan merupakan dasar segala realitas tetap tak terbantahkan. Keduanya, berturut-turut, mengurusi reaksi-reaksi kimia yang terjadi dalam organisme hidup dan gejala-gejala fisika yang terdapat dalam proses kehidupan."

Selain kontradiksi dalam internal tubuh kita yang sering menjadi basis wilayah tidak sadar dan keresahan, atau semacam kegalauan-kegalauan yang sulit terjelaskan (wilayah perasaan), hal lain yang masih berkaitan dengannya adalah berkembangnya kemampuan berpikir atau munculnya dunia ide dan pikiran. Kemampuan ini membantu manusia mulai bertanya atas hubungan antara internal tubuhnya dan kondisi lingkungan (eksternal tubuhnya).

Tubuh berhubungan dengan alam untuk bertahan, terutama jika ada energi yang didapat dari alam, khususnya makanan. Sedangkan, hal lainnya tergantung pada penyesuaian (adaptasi) dengan

57. Allan Wood dan Ted Grants, *Reason and Revolt,* (Yogyakarta: IRE Press, 2006).
58. *Ibid,*

lingkungan. Karena melalui proses evolusi yang panjang dalam dialektikanya dengan alam, makhluk manusia telah mengalami perkembangan luar biasa dalam menghadapi alam. Dialektika antara tubuhnya dan alam telah menunjukkan capaian historis siapakah manusia yang sebenarnya dari hasil dialektikanya dengan alam, proses perubahan evolusi, dari hasil adaptasi dan mungkin juga mutasi yang membuatnya menjadi makhluk yang lebih "beradab" dibandingkan dengan yang lainnya.

Evolusi telah menghasilkan perubahan-perubahan berupa kemampuan. Salah satunya perkembangan otak dan kemampuan menggunakan bahasa sebagai simbol yang mengatur hubungan antar-manusia untuk berkomunikasi antara satu dan yang lain. Akan tetapi, yang tak bisa ditinggalkan adalah kemampuan evaluasi diri, refleksi diri, berpikir, dan merasa sebagai suatu bentuk komunikasi di dalam diri yang tidak dimiliki oleh makhluk tingkat rendah (spesies binatang).

Dengan otak yang mampu bekerja merespons lingkungan dan memiliki kekuatan menjelaskan lingkungannya. Ini adalah hasil dialektika sepanjang sejarah. Kebutuhan memahami dunia terkait erat dengan kebutuhan untuk bertahan hidup. Makhluk-makhluk hominid pertama, yang menemukan penggunaan keping-keping batu untuk memotong daging hewan yang berkulit tebal, mendapat keuntungan yang sangat besar untuk bertahan hidup ketimbang makhluk-makhluk lain yang tidak sanggup meraih sumber protein dan lemak yang luar biasa itu. Mereka yang sanggup menyempurnakan alat-alat batu mereka dan sanggup mencari tempat yang menyediakan batu-batu terbaik akan memiliki kesempatan lebih besar untuk bertahan hidup. Dengan perkembangan teknik itu, muncullah perkembangan nalar dan kebutuhan untuk menjelaskan berbagai gejala alam yang mengatur hidup mereka. Dalam jangka jutaan tahun, melalui *trial and error*, nenek moyang kita mulai menetapkan berbagai hubungan di antara benda-benda. Mereka

mulai membuat abstraksi, yaitu menggeneralisasi pengalaman dan praktik yang mereka temui sehari-hari.

Hal yang ingin penulis katakan adalah komunikasi dalam diri manusia yang berupa pertanyaan-pertanyaan dalam diri, tidak bisa dilepaskan dari posisinya sebagai bagian dari materi (tubuh)—dan bagian dari materi alam pula—yang mengalami kontradiksi. Kontradiksi diri, misalnya adalah lapar, haus, ingin melakukan hubungan seksual, atau apa pun yang lahir dari kebutuhan diri sebagai bagian dari kehidupan.

Karena berhadapan dengan alam untuk memenuhi diri, yang di dalamnya juga terdapat manusia, ia sering mengadu pada diri sendiri, bertanya-tanya pada diri, terutama pada saat dunia luar tak mampu memenuhi dirinya. Kontradiksi alam, kontradiksi dengan dunia luar dirinya, adalah salah satu penyebab manusia berkomunikasi dengan dirinya, salah satunya berpikir. Akan tetapi, juga berbicara pada dirinya sendiri (*self-talk*) untuk memberi dirinya sendiri motivasi. "Ayo, kamu bisa Nurani," kata penulis dalam hati. Penulis berbicara pada diri sendiri ketika berhadapan dengan suatu situasi yang harus penulis selesaikan atau masalah yang menimpa.

Itu adalah komunikasi diri yang menguatkan. Akan tetapi, juga ada komunikasi diri yang melemahkan dan membuat diri semakin cenderung memiliki kepribadian lemah. Misalnya, dialami oleh seorang perempuan yang ditinggal suaminya yang selingkuh. Ketika suami ketahuan selingkuh dengan perempuan lain, selalu muncul pertanyaan dibenak si istri:

- "Kurang cantikkah aku?";
- "Aku tak tahu siapa aku ini sebenarnya"; dan
- "Apakah selama ini aku merasa banyak kekurangan dan kesalahan sebagai istri?"

Perasaan bersalah yang terus saja menghantui membuat psikologis perempuan menurun secara kualitas. Ia kehilangan

perasaan istimewa. "Kupikir aku sangat berharga baginya. Sekarang aku dicampakkan," katanya pada dirinya. Pada akhirnya, ia menjadi minder dan merasa tidak berguna terhadap hidup. Tidak heran jika ada sebagian kasus yang menunjukkan bahwa perempuan melakukan bunuh diri ketika mengetahui bahwa suami mereka berselingkuh.

Perempuan cenderung meratapi dirinya ketika menghadapi fakta bahwa pasangannya selingkuh. Menurut penelitian tentang psikologi perempuan, kemungkinan depresi pada perempuan dua kali lebih besar ketimbang laki-laki. Hal ini sesuai dengan riset mutakhir yang dilakukan oleh Kelompok Kerja Nasional (National Task Force) dari Asosiasi Psikolog Amerika (American Psychological Association).[59]

Ada sebab lain dari situasi yang dialami perempuan itu. Orang yang merasa bahwa dirinya dibohongi biasanya merasa jengkel. Perempuan yang mengetahui fakta bahwa suaminya telah selingkuh dan serong secara kelewatan tanpa sepengetahuannya (dan memang disembunyikan oleh si suami) pasti merasa dibohongi. Kenyataan bahwa ternyata dia selama ini bersama orang yang tidak jujur. Menurut Frank Pittman dalam *Private Lies*, "...Ketidakjujuran adalah musuh keintiman, dan tidak baik bagi perkawinan. Ketidakjujuran menciptakan jarak."[60] Bahkan, dikhianati akan mengakibatkan dampak buruk pada proses interaksinya dengan orang lain, cara pandangnya terhadap orang lain, dunia, dan hubungan.

"Mengapa Tuhan meninggalkan aku? Ini sungguh tidak adil. Tidak ada siapa pun yang dapat dipercaya di dunia ini." Ungkapan batin semacam ini tak jarang muncul. Komunikasi model seperti ini menghasilkan perasaan membahayakan yang akan membuat sikapnya menjadi negatifnya terhadap dunia dan orang lain. Ketidakpercayaan pada orang lain adalah perasaan yang sering dimiliki oleh mereka

59. Janis Abrahms Spring dan Michael Spring, *After The affair: Menyembuhkan Sakit Hati dan Membangun Kembali Kepercayaan Setelah Pasangan Berselingkuh*, (Jakarta: TransMedia, 2006), hlm. 31.

60. Frank Pittman, *Private Lies,* (New York: Norton, 1989), hlm. 70.

yang sering "menghalalkan segala cara" dalam hubungan, seperti tidak ragu-ragu melakukan kejahatan dan kekerasan. Tuntunan moral dan agama tak lagi dipercaya karena ia merasa dikecewakan.

Penulis mengamati tingkah laku dan perubahan psikologis dari para perempuan yang merasa dikhianati oleh laki-lakinya. Kebanyakan mereka yang kecewa selalu mengubah cara pandangnya menjadi suatu sikap negatif dan cuek. Bahkan, jika kita menyimak hasil penelitian tentang faktor-faktor yang menyebabkan perempuan terjun ke dunia prostitusi, salah satu jawaban yang paling umum adalah karena mereka sangat dikecewakan oleh laki-laki (suami) dan mereka menjadi pelacur karena dendam atau tak percaya lagi pada hubungan yang dilandasi cinta.

1. Kepribadian

Jadi, percaya atau tidak, komunikasi dengan diri sendiri yang dilakukan manusia sepanjang hidupnya adalah dasar bagi pembentukan kepribadian. Komunikasi dalam diri merupakan dasar bagi tindakan selanjutnya dalam melakukan komunikasi terhadap orang lain. Pandangan tentang diri, konsepsi diri, akan memengaruhi bagaimana kita melihat orang lain, termasuk bagaimana berkomunikasi dengan orang lain. Dengan selesainya komunikasi intrapribadi, ketika manusia melakukan tindak komunikasi dengan menyampaikan pesannya, ia masuk pada tataran komunikasi antarpribadi.

Dalam berhubungan dengan orang lain, melalui komunikasi, orang dapat dilihat dari kemampuannya di bidang ini. Kita mengenal orang yang pendiam, tetapi juga ada orang yang sangat banyak bicara. Ini berkaitan dengan kepribadian pula, terutama akibat sejauh mana komunikasi intrapersonal membentuk karakternya. Ada orang yang sifatnya sangat terbuka, tetapi juga ada yang seakan sangat tertutup pada orang lain. Ini berarti bahwa tarik-menarik antara kata hati dan realitas luar memang selalu terjadi. Orang yang pendiam biasanya

merasa bahwa ia cukup berkomunikasi dengan dirinya. Artinya, jika orang tak banyak berkomunikasi dengan orang lain, sesungguhnya ia berkomunikasi dengan dirinya atau sebaliknya.

Teori dasar Freud menekankan pada dorongan insting individu untuk melakukan hubungan, baik internal maupun eksternal. Hal ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi kita dengan orang lain sangat dipengaruhi oleh bagaimana kita berkomunikasi dengan diri kita.

Menurut Erich Fromm,[61] kalimat "untuk memahami diri sendiri" sebenarnya sangatlah tua. Memahami diri sendiri merupakan karakteristik dan kebutuhan yang khas manusiawi, yang membedakan kita dengan binatang, dari zaman Yunani hingga Abad Pertengahan sampai zaman modern ini. Coba kita bayangkan, bagaimana orang akan bisa hidup dan bertindak sebagaimana mestinya jika instrumen atau alat yang dipakai untuk bertindak, yang dipakai untuk membuat keputusan, tidak dipahami oleh yang bersangkutan? Manusia sejati adalah pemandu, pemimpin dari sang "Aku", yang melakukan beberapa cara untuk hidup di dunia (tidak harus sesuai dengan kesemarakan dan budaya massa), untuk membuat keputusan-keputusan, mempunyai prioritas-prioritas, dan memiliki nilai. Jika subjek utama ini—sang "Aku" yang memutuskan dan bertindak, tidak kita pahami sebagaimana mestinya—semua keputusan dan tindakan akan terlaksana setengah membabi buta atau setengah sadar.

Ketidaksadaran adalah watak binatang, sedangkan statis adalah watak benda. Dalam masyarakat kapitalistis sekarang ini, kita diteror; kita menjadi objek; kita direkayasa dan digiring untuk membeli; tidak bisa mencipta apa-apa...tidak ingin mengubah atau melawan (mencipta); kita pasif, diam, seperti besi yang akan dicipta (dan diubah menjadi) apa pun...dijual dan digunakan untuk menumpuk kekayaan pemilik alat-alat produksi (kapitalis), yang akhirnya

61. Erich Fromm, *The Art Of Listening*, (Jakarta: Jendela, 2002), hlm. 71.

berkarat. Oleh karenanya, dialog kritis dengan diri di era sekarang ini merupakan kebutuhan yang sangat penting. Terutama, untuk mengukur kepribadian kita, sejauh mana lingkungan memengaruhi diri kita. Hanya dengan evaluasi kritis dan membangun komunikasi diri untuk meletakkan landasan bagi jati diri, kita akan bisa hidup tanpa harus patuh pada diktum massa yang berusaha menguras jiwa kita demi kepentingan kekuatan tertentu.

Harus dipahami bahwa manusia tidak seperti binatang dalam kaitannya dengan insting yang dimilikinya. Binatang tidak perlu mengetahui bagaimana cara bertindak, tidak perlu pertimbangan apa pun selain berdasarkan insting dan kehendak (nafsu) yang ada. Sedangkan, tingkat kemanusiaan kita ditentukan oleh kemampuan untuk memahami eksistensi. Semakin kita memahami diri, semakin tepat keputusan yang kita ambil.

Jika kita sekadar mengonsumsi apa yang dikendalikan oleh keinginan dan kehendak (nafsu) kita, hasil dari suatu propaganda kapitalis melalui bujukan-bujukan iklan, kita membeli berdasarkan bukan ketepatan. Kita dikendalikan oleh desainer budaya, kaki tangan (yang biasanya disebut 'manajer') kapitalis supaya kita membeli produk mereka. Kita diteror, mental kita diubah, kita dibujuk dan dikondisikan melalui persebaran budaya kapitalis yang secara efektif dilakukan melalui sinetron, telenovela, dan iklan. Kebutuhan kita bukanlah kebutuhan fungsional, kita membeli bukan hanya karena butuh. Kebutuhan kita—menurut Herbert Marcuse[62]—adalah kebutuhan palsu, semu (*false needs*), yang direkayasa oleh orang lain. Individu kita adalah hasil dari orang lain. Kita tidak merdeka. Kita budak. Ketidaksadaran yang tercipta karena kemampuan kapital untuk menebarkan wacana yang digunakan untuk menyembunyikan eksploitasi kapitalis, mendatangkan gambaran bahwa masyarakat kapitalis lebih beradab daripada masyarakat sebelumnya.

62. Herbert Marcuse, *Manusia Satu Dimensi*, (Yogyakarta: Bentang, 2001).

Menurut Erich Fromm, psikoanalisis ini bukan hanya sebuah terapi, melainkan sebagai suatu alat untuk memahami diri sendiri. Akhirnya, juga sebagai alat untuk memerdekakan diri, alat untuk memahami seni hidup. Target akhirnya bisa kita simpulkan: untuk menciptakan struktur dan sistem sosial yang kondusif bagi kemerdekaan setiap individu; melenyapkan segala bentuk penindasan, baik fisik maupun pemikiran; dan menciptakan individu-individu yang sehat dan otonom.

Terapi ini bisa kita gunakan untuk melihat dan memahami proses kemerosotan kemanusiaan kita, yaitu bagaimana "manusia" modern-kapitalistis telah kembali pada kualitas binatang, bahkan hanya sekadar menjadi benda mati yang bisa dipelihara dan direkayasa menjadi apa pun oleh orang dan kelompok lain yang berkepentingan, misalnya demi akumulasi kapital. Umumnya, mereka yang menjadi korban adalah yang tidak pernah menggunakan pikirannya untuk berziarah (merenung, berpikir, merefleksi diri). Mereka hidup begitu datar dan tidak menegaskan *mindfulness*-nya dalam setiap tindakannya.

Pentingnya menggali diri melalui alam bawah sadar merupakan metode terapi pendekatan Psikoanalisis. Psikoanalisis, yang dipopulerkan oleh Sigmund Freud, adalah suatu cara bagaimana seorang terapis berusaha membongkar pengalaman traumatis masa lalu pasiennya yang mengendap dalam alam bawah sadarnya. Kemunafikannya harus dihilangkan jika pasien ingin disembuhkan. Pasien harus menceritakan keinginan-keinginannya secara bebas, harus bercerita tentang masa lalu dan keinginan-keinginan serta kondisi kegagalannya. Metode ini oleh Freud dinamakan sebagai "asosiasi bebas".

Asumsinya adalah kita harus tahu kegilaan diri kita sebelum kita ingin terbebas dari kegilaan itu. Bila kita melihat film *Beautiful Mind*, mungkin kita bisa mengambil kesimpulan bahwa untuk sembuh dari penyakit psikologisnya, Dr. John Nash (Russel Crowe)

harus tahu bahwa ia sedang sakit (gila). Ia sembuh, bahkan akhirnya menerima Nobel. Ketika tahu bahwa yang selalu mendatanginya tentang masa lalu atau tentang orang-orang dan peristiwa yang berpengaruh bagi dirinya, ia segera menegaskan bahwa itu adalah ilusinya, ketidaksadarannya.

Dalam hidup ini, kita dihadapkan pada penilaian tentang kualitas kepribadian. Orang yang tidak peduli dengan ini berarti tidak menyadari betapa kepribadian merupakan kunci bagaimana menjalani hidup. Para motivator selalu menegaskan bahwa sukses tidaknya seseorang dalam hidup terletak pada kepribadian yang dimilikinya. Sayangnya, banyak orang (termasuk orangtua) yang mengabaikan pembangunan kepribadian anak-anaknya.

Namun, harus kita teliti tentang kepribadian dan kualitas individual orang lain sebelum kita menilainya. Orang yang pendiam belum tentu tidak cerdas, demikian juga orang yang banyak berkata harus dilihat dari bobot perkataannya.

Hal yang terpenting adalah kesadaran akan diri. Tak semua bisa meraihnya. Orang yang berdialog dengan dirinya seyogianya memiliki kekuatan untuk mengetahui tentang dirinya. Kesadaran akan diri adalah kondisi saat seseorang bisa mendefinisikan dirinya, seperti apakah dirinya itu. Ada orang yang mengetahui dirinya dan kepribadian itu menjadikan dirinya terdefinisikan dengan baik oleh dirinya. Orang ini bisa menunjukkan kepribadiannya kepada orang lain, tetapi juga bisa jadi kepribadian tersebut tidak diketahui.

Dengan demikian, tidak heran jika kadang orang lain sering salah dalam menilai dirinya. Orang semacam ini kadang bersifat misterius, sulit ditebak, tidak mudah dipahami oleh orang lain, tetapi ia sendiri mengetahui dirinya. Ada tipe lainnya, yaitu orang yang tidak memahami kepribadiannya dan dirinya, tetapi ia dapat dipahami oleh orang lain atau mudah ditebak kepribadiannya.

Yang celaka lagi adalah tipe orang yang tidak diketahui orang lain, tetapi juga dirinya tidak memahami dirinya sendiri. Ini

adalah tipe kepribadian yang sangat jelek, yaitu bahwa kesadaran tentang dirinya sangat rendah dan bahkan hampir tidak ada, pun orang lain juga tak begitu peduli atau tertarik untuk mengetahui kepribadiannya. Ini adalah efek kegagalan komunikasi dalam diri maupun komunikasi dengan orang lain.

	TAHU TTG DIRI	TIDAK TAHU TTG DIRI
DIKETAHUI ORG LAIN	Daerah Publik (Publik Area) A	Daerah Buta (Publik Area) B
TIDAK DIKETAHUI ORG LAIN	Daerah Tersembunyi (Hidden Area) C	Daerah yg Tdk Disadari (Unconscious Area) D

Tabel 7. Efek kegagalan komunikasi

Secara umum, kita mengenal dua kepribadian—dilihat dari hubungan seseorang terhadap dunianya dan orang lain dalam kaitannya dengan persepsi diri sebagai akibat proses komunikasi dari dalam diri yang terbentuk selama kehidupannya. Ada orang pribadi yang berjiwa tertutup dan ada yang terbuka. Tentu harus kita katakan yang berkepribadian menarik itu adalah orang yang berkepribadian terbuka, yaitu individu yang terbuka terhadap dunia sekelilingnya, potensi diri disadari, perasaan, dan pikirannya terbuka untuk pengalaman-pengalaman hidup yang menyedihkan dan menyenangkan, pekerjaan, dan sebagainya. Ia lebih spontan dan bersikap jujur dan apa adanya pada orang lain.

Tipe Kepribadian

Sikap Terbuka	Sikap Tertutup
Menilai pesan secara objektif dengan menggunakan data dan konsistensi berpikir logis	Menilai pesan berdasarkan motif
Membedakan dengan mudah gejala-gejala yang ada serta bisa melihat suasana	Berpikir simplisis (berpikir hitam-putih), memakai pendekatan kawan-lawan, dan tidak melihat situasi

Berorientasi pada isi pesan (apa yang disampaikan, bukan siapa yang menyampaikan)	Bersandar lebih banyak pada sumber pesan dari pada isi pesan (siapa yang mengatakan bukan apa yang dikatakan).
Mencari informasi dari berbagai sumber	Mencari informasi tentang kepercayaan orang dari sumbernya sendiri, bukan kepercayaan orang lain.
Lebih bersifat provisionalisme dan bersedia mengubah kepercayaan	Secara kaku mempertahankan dan memegang teguh sistem kepercayaan
Mencari pengertian pesan yang tidak sesuai dengan rangkaian kepercayaan	Menolak dan mengabaikan pesan yang tidak konsisten dengan sistem kepercayaan

Tabel 8. Kepribadian Terbuka dan Tertutup

2. Proses Komunikasi Intrapersonal

Sebagaimana penulis uraikan di atas, komunikasi dalam diri bisa ditentukan oleh rangsangan dari dalam, seperti kontradiksi dalam tubuh dan jiwa maupun dari luar yang memunculkan reaksi-reaksi berupa pertanyaan di dalam diri. Dari luar, tiap orang menerima informasi dari luar. Maka, terjadilah proses pengolahan, penyimpanan, dan pengeluaran kembali setelah melalui komunikasi dalam diri.

Proses komunikasi intrapersonal yang kita bahas di atas juga merupakan proses pengolahan informasi ini, yang meliputi sensasi, persepsi, memori, dan proses berpikir.

a. Sensasi

Sensasi adalah proses menangkap stimulan dan merupakan tahap paling awal dalam proses penerimaan informasi. Sensasi berasal dari kata *sense* yang berarti 'pengindraan', yang menghubungkan makhluk hidup dengan dunia luar (alam dan lingkungannya). Sensasi disebut proses pertama karena sebagaimana dikatakan

Benyamin B. Wolman, "Sensasi adalah pengalaman elementer yang segera, yang tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis, atau konseptual, dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indra."[63]

Secara fisik, kita mengenal lima alat indra atau disebut juga pancaindra. Ilmu Psikologi mengenal ada sembilan alat indra: penglihatan, pendengaran, kinestesis, vestibular, perabaan, temperatur, rasa sakit, perasa, dan penciuman. Perbedaan kapasitas alat indra ini menyebabkan perbedaan antara satu orang dan lainnya dalam hal menentukan pilihan dan merespons situasi atau keadaan, misalnya selera musik, selera pekerjaan, tipe jodoh, dan lain-lain. Artinya, sensasi memengaruhi persepsi.

b. Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Sensasi adalah bagian persepsi. Akan tetapi, menafsirkan makna informasi indrawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi, dan memori.

c. Memori

Dalam komunikasi intrapersonal, pentingnya peranan memori bukan hanya menyangkut pada proses persepsi maupun berpikir. Memori adalah sistem yang sangat berstruktur, yang menyebabkan makhluk hidup sanggup merekam fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuan itu untuk mengarahkan atau mengontrol perilaku dan tindakannya. Setiap ada rangsangan dari luar yang masuk lewat indra kita, secara sadar atau tidak, ia akan direkam oleh kita.

63. Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 49.

Menurut T. Mussen dan M. Rosenweig dalam buku *Psychology: An Introduction* (1973), secara singkat memori melewati tiga proses: perekaman, penyimpanan, dan pemanggilan.[64] Perekaman (*encoding*) adalah pencatatan informasi melalui reseptor indra dan sirkuit saraf internal. Penyimpanan (*storage*) menentukan berapa lama informasi itu berada dalam diri kita, dalam bentuk apa, dan di mana.

Penyimpanan bisa aktif dan pasif. Kita menyimpan secara aktif bila kita menambahkan informasi tambahan. Jika kita mengisi informasi yang tidak lengkap dan ditambah-tambahi dengan versi kita, kadang juga menyebabkan terjadinya penyimpangan informasi yang sebenarnya. Tidak heran kadang terjadi desas-desus di masyarakat yang disebabkan oleh informasi tak lengkap lalu ditambah-tambahi sendiri, yang menyebabkan penyimpangan informasi berdasarkan objek sebenarnya.

Pemanggilan (*retrieval*), dalam bahasa sehari-hari, berarti proses mengingat-ingat lagi, menggunakan informasi yang disimpan. Studi tentang memori merupakan kajian yang penting yang dilakukan oleh para ahli yang ingin mendapatkan petunjuk untuk melahirkan kecerdasan manusia dengan daya ingat yang tinggi. Kemampuan memori merupakan bagian dari bentuk kecerdasan manusia. Orang yang daya ingatnya lemah, biasanya akan identik dengan orang bodoh.

B. Berpikir dan Hasil Pergulatan dalam Diri

Berpikir adalah proses yang lengkap, yang melibatkan, baik proses sensasi, persepsi, maupun memori. Tindakan ini melibatkan

64. T. Mussen dan M. Rosenweig, *Psychology: An Introduction*, (Boston: D.C. Health, 1973), hlm. 499.

penggunaan konsep, lambang (baik visual maupun grafis), sebagai pengganti objek dan peristiwa.

Orang berpikir untuk memahami dunianya, dirinya, dan lingkungannya, yang mungkin akan berujung pada upaya membuat keputusan (*decision making*), memecahkan persoalan (*problem solving*), atau menghasilkan hal yang baru (*creative thinking*).

Mengenai bagaimana orang berpikir atau bagaimana orang menarik kesimpulan, dapat dibedakan, misalnya:

- Berpikir autistik, yaitu sering disebut melamun, seperti kegiatan fantasi, mengkhayal, *wishful thinking*, dan lain-lain. Dalam berpikir autistik, orang melarikan diri dari kenyataan dan melihat hidup sebagai gambar-gambar fantastik; dan
- Berpikir realistis, disebut juga berpikir dengan nalar (*reasoning*), yaitu berpikir dengan mengacu pada dunia nyata. Umumnya, dikenal metode berpikir realistis, seperti deduktif, induktif, dan evaluatif.

Berpikir objektif itulah yang akan membuat individu menjadi kuat, berdaya, dan tidak dipermainkan perasaan yang melemahkan. Komunikasi dalam diri berupa tindakan berpikir merupakan pilar bagi perkembangan manusia yang modern yang diharapkan mampu menyelesaikan masalah. Dunia dilihat secara objektif berdasarkan kenyataan, dan tidak berdasarkan prasangka dan kebodohan. Gunnar Myrdal mengatakan, "Etos ilmu pengetahuan sosial adalah mencari kebenaran 'objektif'. Kepercayaan seorang mahasiswa ialah keyakinannya bahwa kebenaran itu adalah segala-galanya dan bahwa khayalan itu merusak, terutama khayalan-khayalan oportunistis. Ia mencari 'realisme', suatu istilah yang salah satunya menunjuk pada suatu pandangan 'objektif tentang realitas.'[65]

65. Gunnar Myrdal, *Objektivitas Penelitian Sosial*, (Jakarta: LP3ES, 1981), hlm. 1.

1. Creative Thinking

Komunikasi dalam diri yang kondusif akan melahirkan pribadi yang kreatif. Dalam hal ini, berpikir kreatif akan menjadikan seseorang menghasilkan suatu karya yang dapat menjembatani keberadaannya dalam kehidupan karena ia dianggap orang lain sebagai penemu dan pencipta. Maka, ia akan banyak berhubungan dengan orang lain dan komunikasi interpersonalnya juga akan membangun dirinya.

Banyak yang beranggapan bahwa komunikasi intra-personal, terutama berpikir (baik yang autistik maupun realistis), akan mendukung kecerdasan kreatif ini. Sejarah menunjukkan bahwa seorang autis, yang sibuk dengan dirinya dan fantasi-fantasinya, juga telah melakukan komunikasi dalam dirinya yang kelak akan menghasilkan sebuah penemuan besar yang sangat berguna bagi sejarah perkembangan peradaban. Dialah Thomas Alfa Edison (1847—1931) yang di masa kecilnya autis dan bodoh. Dia hanya tiga tahun memperoleh pendidikan formal, sesudah itu disepak keluar sekolah karena si guru menganggap anak ini luar biasa dungu.

Siapa sangka bahwa anak yang masa kecilnya dianggap bodoh dan autis itu menjadi penemu banyak hal. Ciptaan pertamanya, perekam suara elektronik, dibuatnya tatkala umurnya dua puluh satu tahun. Hasil karyanya itu tidak dijualnya. Sesudah itu, dia menekuni pembuatan peralatan yang diharapnya bisa laku terjual di pasar, tak lama sesudah dia berhasil membuat perekam suara elektronik, dia menemukan dan menyempurnakan mesin telegram yang secara otomatis mencetak huruf, yang dijualnya seharga 40.000 dolar, suatu jumlah besar pada saat itu. Sehabis itu, bagaikan antre dia menemukan hasil karya baru dan dalam tempo singkat Edison bukan saja masyhur, melainkan juga berduit. Mungkin, penemuannya yang paling asli adalah mesin piringan hitam yang dipatenkannya

tahun 1877. Akan tetapi, lebih terkenal di dunia dari itu adalah pengembangan bola lampu pijar yang praktis tahun 1879.

Edison juga memberi sumbangan besar luar biasa bagi perkembangan kamera perfilman serta proyektor. Dia membuat penyempurnaan penting dunia telepon (karbon transmiternya meningkatkan kejelasan pendengaran), penyempurnaan di bidang telegram, dan mesin tik. Di antara penemuan lainnya adalah mesin dikte, mesin kopi, dan tempat penyimpanan yang digerakkan dengan baterai. Boleh dibilang, Edison merancang lebih dari 1.000 penemuan, suatu jumlah yang betul-betul tak masuk akal.

Autisme adalah gejala ketika anak berkomunikasi dengan dirinya. Menariknya, anak yang autis justru menyimpan kecerdasan kreatif yang muncul apabila diarahkan dengan baik dan menemukan situasi lingkungan dan kondisi psikologis yang tepat. Tidak hanya Edison yang menjadi penemu besar, atau Silvester Stallone yang bintang Hollywood (pemeran Rambo), tetapi juga banyak tokoh lain yang tak penulis hafal satu persatu.

Istilah "autisme" berasal dari kata *autos* yang berarti 'diri sendiri'. Anak yang autis berarti hanya banyak memiliki perhatian terhadap diri sendiri atau sibuk dengan apa yang dilakukannya. Banyak yang beranggapan bahwa autisme adalah gejala yang ditandai dengan adanya gangguan dalam komunikasi, interaksi sosial, gangguan inderwi, pola bermain, dan perilaku emosi. Gejalanya mulai terlihat sebelum anak berumur tiga tahun.

Anak autis sering menimbulkan kekeliruan bagi pengasuhnya karena mereka terlihat normal, tetapi menunjukkan tingkah laku dan pola perkembangan yang berbeda. Anggapan dan perlakuan yang salah terhadap hal ini akan menyebabkan terjadinya hambatan total. Akan tetapi, jika anak dapat dididik dan diarahkan secara khusus dan benar, anak-anak autis tak jarang justru akan lahir sebagai manusia kreatif dan produktif yang sering menunjukkan karakter yang menyenangkan dan mencengangkan, seperti Edison itu.

Gangguan komunikasi dalam anak autis adalah gangguan komunikasi dengan orang lain (interpersonal), dan bukan dengan dirinya. Beberapa ciri dalam hal komunikasi pada anak autis antara lain:[66]

- Perkembangan bahasa yang lambat;
- Terlihat seperti memiliki masalah pendengaran dan tidak memerhatikan apa yang dikatakan oleh orang lain;
- Jarang berbicara;
- Sulit untuk diajak berbicara;
- Kadang bisa mengatakan sesuatu, namun hanya sekadarnya saja;
- Perkataan yang disampaikan tidak sesuai dengan pertanyaan;
- Mengeluarkan bahasa yang tidak dapat dipahami oleh orang lain;
- Meniru perkataan atau pembicaraan orang lain (*echolalia*);
- Dapat meniru kalimat atau nyanyian tanpa mengerti maksudnya;
- Suka menarik tangan orang lain bila meminta sesuatu;
- Sering menghindari kontak mata dan selalu menghindar dari pandangan orang lain; dan
- Tidak suka bermain dengan temannya dan sering menolak ajakan mereka; suka memisahkan diri dan duduk memojok.

Apalagi, pada orang yang normal, kecerdasan kreatif merupakan suatu kondisi yang diharapkan muncul dari tiap-tiap individu. Mengapa kecerdasan kreatif lebih banyak ditentukan oleh komunikasi intrapersonal, terutama proses berpikir? Kecerdasan ini menunjukkan suatu keunikan tiap orang, yang melahirkan karya yang dihasilkan dari proses berpikir yang panjang dan mendalam, tidak hanya sekadar

66. Jamila K.A. Muhammad, *Special Education for Special Children*: *Panduan Pendidikan Khusus Anak-anak dengan Ketunaan dan Learning Disabilities*, (Jakarta: Hikmah, 2008), hlm. 105—106.

melibatkan proses berpikir logis atau realistis, tetapi juga proses berpikir autistik yang lahir dari perasaan dan hasrat.

Menurut Alan J. Rowe, "Kecerdasan kreatif berbeda dengan apa yang normal dianggap sebagai kecerdasan umum. Kreativitas berfokus pada cara berpikir dan hasrat kita untuk mencapai sesuatu yang baru atau berbeda."[67] Ditambahkan oleh Rowe bahwa:

> "Kecerdasan Kreatif menghubungkan tindakan kreatif dan pengetahuan mendalam untuk memahami suatu permasalahan... Imajinasi jauh melampaui ingatan sederhana akan gambaran dari kenyataan dan bisa mencakup kemungkinan-kemungkinan hipotesis, unik, atau khayalan, yang diciptakan oleh pikiran. Hal-hal ini, pada gilirannya, telah menghasilkan banyak penemuan yang kita nikmati saat ini."[68]

Kecerdasan kreatif berbeda dengan bentuk kecerdasan umum, seperti kecerdasan intelektual biasa. Kecerdasan umum (IQ) tidak sama dengan kecerdasan kreatif. Penelitian yang dilakukan oleh Institute of Personality Assesment menunjukkan bahwa pada individu dengan IQ yang tinggi (120 atau lebih), kecerdasan umum bukanlah faktor signifikan yang memberikan konstribusi pada kreativitas. Penemuan membuktikan bahwa motivasi adalah elemen kunci yang dibutuhkan untuk menjadi kreatif. Ini berarti bahwa kepribadian menentukan dorongan yang dibutuhkan untuk mencapai hal-hal besar!

Tes IQ saja tidak bisa memprediksikan orang-orang yang kreatif secara akurat. Siswa-siswa yang kreatif berfokus pada upaya menemukan permasalahan yang tepat, bukan sekadar jawaban yang tepat. Peran IQ dalam kehidupan secara umum lebih kecil dibandingkan kepribadian, motivasi, pengalaman, faktor sosial, dan ekonomi.

---

67. Alan J. Rowe, *Creative Intelligence: Membangkitkan Potensi Inovasi dalam Diri dan Organisasi Anda,* (Bandung: Penerbit Kaifa PT Mizan Pustaka, 2005), hlm. 23.
68. *Ibid,* hlm. 36—37.

Alan J. Rowe mengatakan bahwa ada empat tipe kecerdasan kreatif, antara lain:[69]

- Intuitif: berfokus pada hasil dan mengandalkan pengalaman masa lampau sebagai penuntun dalam melakukan berbagai macam tindakan;
- Inovatif: berkonsentrasi pada penyelesaian masalah, sistematis, dan mengandalkan data;
- Imajinatif: mampu memvisualisasikan peluang, artistik, senang menulis, dan berpikir "di luar kotak"; dan
- Inspirasional: berfokus pada perubahan sosial dan rela berkorban demi mencapai tujuannya tersebut.

2. Berpikir Kritis (*Critical Thinking*)

Orang yang banyak berpikir sebagai tindakan komunikasi intra-personal adalah orang yang banyak merenung, reflektif, evaluatif, dan tidak mudah menerima suatu hal yang datang dari luar. Jadi, salah satu hasil proses berpikir sebagai tindakan komunikasi intra-personal adalah pemikiran kritis.

Jenis pemikiran ini sangatlah mahal sekarang ini. Kehilangan pikiran kritis di era sekarang ini tampaknya kian mewabah. Bahkan, para pengamat dan praktisi mengeluhkan berbagai kemunduran cara berpikir dan analisis masyarakat di berbagai macam lembaga. Bukan hanya di Indonesia, negara kita yang semakin kehilangan tradisi berpikir kritis. Di Barat, tradisi tersebut tampaknya juga hilang. Tak heran jika John Bardi, seorang dosen di sebuah kampus Amerika Serikat (AS), dosen yang pernah mengajar mahasiswa berbagai macam mata kuliah Filosofi dan Studi Budaya selama dua puluh lima tahun, mengeluhkan bagaimana kemampuan berpikir kritis di tingkat pendidikan tinggi itu hilang. Di dalam sebuah esai tahun 2001 mengenai cara berpikir kritis, Bardi mengatakan,

69. *Ibid.*, hlm. 23.

"Kualitas intelektual yang saya jumpai di dalam ruang kuliah semakin memburuk setiap tahun, dan mahasiswa tahun ini adalah yang terburuk."[70]

Hilangnya tradisi berpikir kritis ini tampaknya harus kita lacak pada hubungan sosial masyarakat yang menyuguhkan adanya ketimpangan, serta adanya kekuatan kekuasaan yang berusaha menghilangkan kebiasaan kritis itu. Sesungguhnya, hal ini bukan hal baru, melainkan selalu ada dalam hubungan sosial yang timpang dan dominatif, yang menunjukkan adanya hubungan kelas yang mengarah pada dominasi kekuatan yang menghilangkan tradisi berpikir objektif, kritis, dan dialektis. Ketika kelas yang menghilangkan tradisi pikiran kritis itu berkuasa dan berusaha menyebarkan tradisi berpikir yang tidak kritis, seluruh masyarakat akan larut dalam tradisi pemikiran tidak kritis atau bodoh.

Kelas berkuasa memang cenderung dan terlatih untuk tidak berpikir kritis. Mereka tidak terbiasa pada komunikasi intra-personal yang berupa pertanyaan-pertanyaan dalam diri. Itu karena kondisi mereka yang kaya dan tidak menghadapi kontradiksi material. Itu karena secara material mereka tidak ada masalah, jauh dari lapar, jauh dari pemenuhan kebutuhan-kebutuhan. Pikirannya tidak terlatih untuk bekerja. Komunikasi dalam diri pun jarang terjadi. Oleh karena itu, pikiran kritis tak muncul. Ini adalah peristiwa psikologis. Yang terjadi adalah bahwa dalam pikiran dan hati penindas (raja-raja dan kelas tuan tanah yang menguasai sumber-sumber ekonomi dan mengisap kerja rakyat), kehendak (keinginan dan kepentingan) subjektifnya selalu cocok dengan kondisi objektif. Akibatnya, bagi penindas, seakan-akan kehendak subjektif adalah kondisi objektif. Misalnya, kehendak subjektifnya:

---

70. John Bardi, "*Thinking Critically about Critical Thinking*", *Self-published*, hlm. 1.

- "Saya ingin kesenangan"; objektifnya: semua tersedia. Dalam hal ini, "Subjektif saya adalah objek yang ada." Dalam dialektika sejarah, bahkan dalam kehidupan sehari-hari, ini adalah latihan psikologis yang membentuk watak sepihak, subjektif, dan pada akhirnya jika kondisi objektifnya tidak cocok, akan muncul watak atau sikap memaksa; dan
- Oleh karena itu, kita sering berhadapan dengan fakta: memaksa merupakan tindakan yang terjadi karena kepentingan yang dijalankan secara sepihak, pemikiran dan tindakan yang salah, tetapi tetap dipaksakan. Pada akhirnya, penindasan selalu butuh alat pemaksa (prajurit, preman, tentara reguler, atau militer). Raja-raja dan tuan tanah memaksa dengan alat represif prajurit dan punggawa perang; borjuis (pemilik modal/kapitalis) menggunakan tentara reguler (militer); tuan tanah desa dan elite-elite desa punya jawara dan centeng-centeng; dan kapitalis di tingkatan pabrik punya satpam dan preman. Tinggal suruh dan memaksa jika ada pertentangan dengan rakyatnya. Itu adalah manifestasi watak memaksa yang dengan sendirinya membutuhkan alat atau lembaga pemaksa.

Apakah "kebenaran" dan cara pandang baru yang lebih maju tersebut muncul dengan sendirinya? Apakah kebenaran muncul dengan sendirinya sebagaimana wahyu turun dari langit? *Nonsense!* Tentu saja tidak. Kebenaran atau wahyu lahir dari pikiran sendiri, pertanyaan dan jawaban yang dilatih secara terus-menerus karena manusia tak semata memenuhi kebutuhan perutnya (makan, minum, dan seks) atau kebutuhan gaya hidup yang dipenuhi dengan materi, sebagai hasil rayuan iklan (sesuatu kekuatan dari luar yang berusaha menyampaikan pesan rayuan agar orang bisa membeli dan meniru pesan budayanya).

Orang-orang kaya memperbanyak komunikasi dengan orang lain dalam rangka memenuhi kebutuhannya sehingga tidak terlatih

untuk menjalankan komunikasi dalam diri. Masalahnya, realitas yang timpang dan kontradiktiflah yang memantik orang untuk berpikir, merenung, dan kemudian menghasilkan pemikiran dan gerakan baru. Seandainya tidak ada pertentangan, ketimpangan, dan kontradiksi (permasalahan) dalam ranah kehidupan material, cara berpikir dan bertindak manusia tak pernah maju.

Jadi, sebaliknya, orang miskin (yang juga tertindas oleh orang kaya) lebih banyak berkomunikasi dalam diri, bertanya-tanya, dan menegaskan imbauan-imbauan dalam diri, yang melatih wataknya juga. Komunikasi intrapersonal dalam bentuk tindakan berpikir ini akan mengarah pada dua karakter jiwa dan tingkat kecerdasan/kekritisan. Pertama, ia akan menjadi cerdas, kritis, dan bahkan berlawan terhadap situasi sosial dan hubungan dengan orang lain, terutama dengan kelas penguasa. Ini karena ketertindasan dan kontradiksi yang dihadapinya membuatnya berpikir dan bertanya-tanya. Pertanyaan itu melahirkan pikiran kritis.

Tak mengherankan jika dalam perjalanan sejarah, pemikiran kritis yang membongkar tabir kebohongan kekuasaan yang menindas selalu diikuti dengan gerakan perlawanan, terutama dari kelas miskin dan tertindas—dan bukan dari penguasa.[71] Tokoh-tokoh dan kaum kritis selalu saja muncul dalam berbagai macam caranya dalam menyampaikan "kebenaran" dalam tingkatnya yang berbeda-beda:

---

71. Kecenderungan umum, penguasa tidak pernah berpikir, terutama berpikir untuk mempertanyakan kondisi kehidupan, bahkan kadang melimpahkan wewenang untuk berpikir pada bawahannya. Kapitalis (pemodal) tidak menghabiskan banyak waktu untuk berpikir tentang bagaimana produk dan kegiatannya untuk mencari keuntungan oleh dirinya sendiri. Dia menyewa orang untuk berpikir, berpikir diwakilkan pada orang lain yang ia gaji. Sebagaimana dikatakan Michael Legault, "Banyak orang yang lebih suka membayar orang lain untuk mewakili mereka berpikir. Kita telah menjadi sebuah masyarakat yang bergantung…Jagat tempat kita diizinkan untuk bermain, menghibur, dan mempertanyakan berbagai macam misteri setiap hari telah menyempit." Michael R. LeGault, *Sekarang Bukan Saatnya untuk "Blink" Tetapi Saatnya untuk THINK: Keputusan Penting Tidak Bisa Dibuat Hanya dengan Sekejap Mata*, (Jakarta: PT. Transmedia, 2006), hlm. 12—13.

- Ada Robin Hood di Inggris yang berusaha membela kaum tani melawan tuan tanah;
- Spartacus yang berasal dari kaum budak membongkar penindasan perbudakan Yunani Kuno, yang kemudian melahirkan konsep demokrasi yang kemudian kita warisi sekarang ini;
- Ken Arok yang mewakili spirit kaum tani dan rakyat jelata melawan Raja Singosari; dan
- Hingga anak-anak muda dan mahasiswa dan tokoh intelektual yang berani melawan Orde Baru hingga Soeharto jatuh dari singgasana kekuasaan kotornya, atau melawan kekuasaan di mana pun yang menindas. Hal ini karena mahasiswa terbiasa melakukan kegiatan berpikir, membaca, hingga pikirannya bergolak dalam pertanyaan dan pergulatan pemikiran.

Makna komunikasi intra-personal atau komunikasi dalam diri memang bukan hanya sempit pada situasi orang miskin, melainkan juga pada situasi ketika kesepian (atau tanpa berinteraksi dengan orang lain) banyak didapatkan untuk meningkatkan situasi merenung dan bergulat dengan pemikiran. Menyepi dan sendiri dianggap sebagai solusi, terutama bagi manusia yang ingin mengisolasi diri untuk menemukan pencerahan diri.

Penulis pribadi mengalami langsung bagaimana dialog dengan diri dan komunikasi dalam diri penulis membantu menumbuhkan proses berpikir yang menghasilkan kenikmatan dari mengetahui dan memahami. Bagi penulis, kesepian mendatangkan momentum sakral yang membuat eksistensi diri membangunkan potensinya berupa pemikiran reflektif dan mengakibatkan ditemukannya penemuan-penemuan dan kebaruan-kebaruan tentang makna diri. Kadang, pemikiran baru itu di dalam sepi juga memunculkan tindakan untuk mencurahkan secara langsung dalam bentuk kata-kata.

Bayangkan jika tidak ada kesepian, tentu pemikiran reflektif akan selalu hilang. Jadi, bukan sebagai sebuah isolasi terhadap realitas, kegiatan

merenung yang dimungkinkan dari kesepian justru memunculkan suatu keberakaran eksistensi dengan dunia. Alat penghubungnya adalah pikiran (otak). Ketika kita bersama seorang yang mungkin bisa memberikan kenyamanan psikologis yang didominasi oleh kepuasan erotis saat melakukan hubungan intim, kita berhubungan (komunikasi) dengan realitas hidup dengam alam bawah sadar (bukan kesadaran objektif) yang berakar dari bawaan kebinatangan kita, alat penghubungnya adalah alat kelamin dan anggota badan. Akan tetapi, saat kita intim dengan dunia dan merengkuhnya dalam proses renungan, kita dihubungkan dengan organ tubuh bernama otak untuk berpikir dan merengkuh dunia luas kita.

Keintiman yang sejati adalah keintiman yang berakar dari dunia yang luas, yang berakar pada kehidupan. Manusia yang punya keintiman yang sejati tak mau jauh sedikit pun dari kehidupan, ia ingin memahaminya, ia ingin menjelaskannya, ingin memeluknya, kehidupan (dengan berbagai macam kontradiksi) ingin disetubuhinya—seorang kekasih hanyalah titik kecil dari dunia yang sangat luas, yang bagai gadis molek bagi laki-laki yang haus pengetahuan. Jadi, dialah pecinta sejati. Dalam buku *Memahami Filsafat Cinta*, penulis menuliskan:

> "Orang seperti itu bisa dikatakan terlalu peduli pada dunia mungkin karena ia merasa dunia tidak memerhatikannya (meskipun dunia merengek-rengek dalam otaknya, atau minta 'disetubuhi' pada saat sepi membuat ia lebih banyak berpikir dan berkontemplasi). Kehendak terbesar dalam diri manusia, dan sebenarnya dalam tubuhnya, ialah bahwa kita butuh 'orgasme': kita butuh jawaban tentang keragu-raguan kita. Berbagai rangsangan seksual dan erotika kemolekan misteri hidup telah mengatur seorang *deep thinker* dan filsuf, dan memang waktunya sudah tiba untuk mempertanyakan hal-hal yang datang begitu saja, yang kadang dianggap oleh orang-orang dangkal sebagai pesta-pesta hidup."[72]

72. Nurani Soyomukti, *Memahami Filsafat Cinta*, (Surabaya: Prestasi-Pustaka, 2008).

Maka, kegiatan inilah yang dinamakan merenung. "Dunia yang tak dipikirkan adalah dunia yang tak pantas dijalani," demikian kata filsuf Socrates. Bukan sekadar menulis, yang mau tak mau membuat kita berpikir, melainkan juga mengada dalam makna pada saat menuliskan pemikiran, suatu hasil dari situasi kesepian yang kemudian ketika dibaca banyak orang juga akan berguna bagi pengertian mereka.

Biasanya, kegiatan semacam itu dimiliki oleh seorang pemikir dan filsuf, juga seorang penulis yang membutuhkan suasana sepi untuk merengkuh dunia dan kemudian memproduksi dunianya dengan kata-kata yang ditulisnya. Apakah seorang penulis adalah seorang yang individualis karena terlalu banyak menyepi dan kadang tak mau bergumul dengan keramaian (banyak orang)? Tentu saja tidak demikian. Simak saja apa yang pernah dikatakan oleh seorang penulis besar Indonesia, Pramoedya Ananta Toer, tentang posisi penulis berikut ini:

> "Seorang pengarang yang kreatif hampir selalu seorang individualis, berwawasan mandiri, sulit untuk menyesuaikan diri dengan orang lain, keadaan lain, apalagi bila sama sekali baru. Seorang individualis hanya mendengarkan apa yang menurut pikirannya sendiri lebih tepat atau lebih baik, tanpa atau kurang mengindahkan yang selebihnya...
>
> Kebiasaan kerja ini menimbulkan watak individualis, banyak melupakan atau tidak menggubris lingkungannya dengan tata tertibnya. Watak individualisnya menyebabkan ia tidak disukai oleh lingkungannya, apalagi orang-orang yang mengutamakan tata tertib. Sebaliknya, kemasyhurannya menyebabkan ia dikagumi. Ia hidup dalam dua ekstremitas di dalam masyarakatnya sendiri. Setidaknya: di Indonesia."[73]

Tentu saja penulis bukanlah seorang yang asosial dalam maknanya yang mutlak. Jika ia mengurung diri di kamar dan

73. Pramoedya Ananta Toer, *Nyanyi Sunyi Seorang Bisu*, (Jakarta: Lentera Dipantara, 2004), hlm. 115—116.

butuh kesunyian material, keramaian dunia akan menjejali otaknya. Otaknya akan meledak jika kata-kata dan dunia di dalamnya tidak segera dikeluarkan melalui kegiatan menulis. Yang jelas, apa yang diproduksinya berasal dari suatu wilayah sosial yang luas, tentang hubungan-hubungan antara sesama manusia dan dunia yang terdiri dari banyak hal yang perlu untuk dikonseptualisasikan. Jadi, seorang penulis mengarungi pemikiran dan akhirnya menemukan prinsip dan keyakinan, dan dalam kehidupannya sehari-hari ia pun berusaha memperjuangkan prinsip dan nilai yang dipegangnya.

Kadang prinsip itu ekstrem, hanya karena ia lebih mengetahui dan orang yang menganggapnya ekstrem adalah khalayak yang tidak mengetahui dan bahkan tak peduli pada nilai. Jadi, kadang penulis dan pemikir (dan pejuang) masih mau "kompromis" dengan apa yang "dimaui" masyarakat, atau pura-pura menjalani cara hidup masyarakat—meskipun yang ada dalam pikirannya bertentangan. Akan tetapi, kadang juga ada yang terlalu lugu mengakui bahwa cara berpikirnya berbeda dengan masyarakat.

Jadi, itulah penulis: asyik berkomunikasi dengan diri. Hasilnya, pembicaraan dalam diri itu ternyata dapat dikeluarkan melalui saluran komunikasi lain. Dengan tulisan. Hasil komunikasi dalam diri seseorang, ketika disalurkan dengan tulisan dan disampaikan secara menarik, akan berubah menjadi komunikasi interpersonal (penulis dan pembaca) yang juga berefek pada situasi yang bermakna. Tindakan menulis dan membaca adalah kegiatan yang melibatkan pergulatan pikiran. Ada imajinasi kreatif yang jika dilatih secara rutin akan meningkatkan bentuk kecerdasan kritis.

Membaca adalah suatu kegiatan yang memacu kreativitas pikiran dan merangsang imajinasi yang menjadi dasar bagi kecerdasan seorang manusia. Membaca akan memperkuat daya pikir kritis melalui latihan imajinasi kreatif pada saat melakukannya. Menurut Donald A. Norman, salah satu kekuatan kegiatan literer membaca adalah adanya kemungkinan bagi interpretasi alternatif:

> "Pemahaman pembaca pada berbagai karakter dan isu-isu sosial yang sedang dibahas diperkuat oleh pengembaraan alternatif atas berbagai kemungkinan yang diungkapkan oleh penulis. Pembaca membutuhkan waktu untuk berhenti dan merefleksikan berbagai isu tadi, bertanya dan mengeksplorasi. Ini sangat sulit dilakukan ketika sedang menonton sebuah sandiwara, film, atau sebuah acara televisi."[74]

Sedangkan, menulis adalah kegiatan yang menandakan otonomi individu seseorang karena ia mengaktualisasikan diri dengan menggoreskan huruf-huruf, kata-kata, kalimat-kalimat, dan menuangkan gagasannya sebagai manusia yang berpikir dan mencipta. Ia berproduksi (mencipta). Oleh karenanya, ia memiliki dunianya. Ini berbeda dengan orang yang hanya menuruti dan meniru khotbah iklan-iklan TV. Seandainya saja sejak kecil anak-anak kita (dididik untuk) menyukai kegiatan membaca dan menulis, ia akan tumbuh dan berkembang menjadi pribadi yang cerdas, kreatif, dan anggun sebagai manusia yang memiliki dunia—bukan dikendalikan oleh dunia.

Kembali pada efek komunikasi intra-personal yang terjadi pada rakyat miskin. Jika efek yang pertama tadi konsekuensinya adalah melahirkan nalar kritis dan kemampuan otak dalam mempertanyakan, menggugat, dan melawan keadaan atau melawan pihak penguasa yang menjadi penyebab kemiskinan dan ketertindasannya, masih ada efek lagi: ada kecenderungan bahwa orang miskin bukan melahirkan pemikiran kritis dari kondisinya, melainkan menjadikan komunikasi dalam dirinya menuju pada kondisi pasrah pada keadaan dan menyalurkan kegalauan pada suatu dunia abstrak, gaib, dan suatu yang diyakininya ada (meski tak tampak dan tak bisa dibuktikan secara ilmiah). Kekuatan ini adalah Dewa atau Tuhan yang sering menjadi komunikan manusia pada dunia pikiran, ide, dan khayalannya.

---

74. D.A. Norman, *Things That Make Us Smart*, (Perseus Book, 1993), hlm. 15.

Komunikasi atau penyampaian pesan yang gagal dalam realitas membuat orang berkomunikasi dengan dirinya atau sesuatu kekuatan yang dianggap ada oleh dirinya. Tuhan adalah sejenis teman komunikasi baru bagi manusia yang proses komunikasinya terjadi dalam benak. Doa adalah salah satu bentuk komunikasi manusia dengan Tuhan yang ada dalam diri. Terutama, rakyat miskin yang menyalurkan kegagalannya dalam mengomunikasikan dengan orang lain, yang tidak berani atau tidak mampu berkomunikasi dengan penguasa, atau tidak tahu kalau ia harus berkomunikasi dengan sesama manusia untuk mengubah nasib dirinya, Tuhan dijadikan tempat berkeluh kesah, berharap, dan berpasrah.

Efeknya, tidak ada pikiran kritis tentang kenyataan. Apalagi, saat kenyataan itu dianggap sudah diatur Tuhan. Akhirnya, mereka selalu begitu mudahnya—mungkin gara-gara kemiskinan filsafat (kebodohan) dan kelemahan psikologis—diarahkan untuk menerima jawaban-jawaban yang menghibur dari cara pandang kekuasaan Tuhan. Misalnya, begitu mudahnya orang-orang menerima anggapan, "Hidupku di dunia sangat sementara; biarlah aku menderita, susah, dan kecewa…asalkan di dunia setelahnya bahagia. Aku yakin, Tuhan, Engkau akan membalas semua ini nantinya di akhirat dengan surga yang di dalamnya aku bisa melakukan apa saja, semua yang aku minta pasti Kau penuhi (kan?). Asalkan aku selalu menyebut nama-Mu dalam hati, asal aku tidak melanggar apa yang telah Engkau perintahkan dan asal aku menuruti apa saja yang Engkau suruhkan."

Memang manis dan menghibur, nikmatnya berserah diri, membuat hati tenang. Akan tetapi, pikiran kritis tak muncul, cuek pada keadaan. Keadaan apa pun, semuanya dianggap sudah aturan Tuhan. Komunikasi semacam itu ada pada orang-orang asketis yang kini banyak berada di sekitar kita.

Di era kegelapan yang menyelimuti milenium baru ini, ketika desepsi (penipuan) dan takhayul ditebarkan ke jiwa masyarakat, satu-satunya jaminan untuk mendapatkan pembebasan umat manusia hanyalah melalui upaya mengembalikan manusia pada pengetahuan dan pemikiran kritis. Agama dan takhayul telah terbukti mencerai-beraikan dan menumpulkan pemikiran analitis dan kritis karena orang-orang yang seharusnya memahami masalahnya secara objektif pada akhirnya harus percaya bahwa semua kejadian yang ada di dunia dianggap di luar kendalinya dan telah diatur oleh Tuhan atau makhluk gaib.

Banyak orang berpikir bahwa semakin modern suatu masyarakat, akan semakin kritis pula cara berpikirnya dan akan semakin mudah pula masyarakat mengatasi berbagai macam kontradiksi. Namun pada kenyataannya, jika melihat perkembangan sejarah hingga hari ini, tidak tampak bahwa masyarakat mengalami suatu kemajuan. Kita bahkan melihat munculnya berbagai macam persoalan, dari yang kecil hingga yang menunjukkan bahwa manusia telah kembali pada zamannya yang barbar.

Kita melihat banyak orang yang putus asa dan sebagian juga lari pada bentuk pelarian yang kadang destruktif bagi orang lain. Anak-anak yang putus asa karena masa depan dan perang telah begitu mudahnya dibentuk menjadi anak-anak militan yang tujuannya meledakkan diri bersama bom atas nama "membela agama" dan memusuhi agama atau kelompok lain. Berpikir "cupet" adalah gejala yang meluas. Tidak sedikit berita yang mewartakan kasus bunuh diri, sebagaimana seorang ibu meminumi anak-anaknya dengan racun kemudian ia juga melakukannya. Bukankah bunuh diri massal mencerminkan kegagalan ilmu pengetahuan, filsafat, dan cara berpikir—yang mencerminkan penataan material yang timpang dan kontradiktif.

Asketisme bukan muncul dengan sendirinya, melainkan memang diciptakan oleh situasi masyarakat tempat penindas(an)

ingin bercokol. Supaya rakyat yang ditindas dan diisapnya tidak tahu, jangan sampai pikiran kritisnya digunakan, tetapi biarlah rakyat berkomunikasi dengan dirinya dan Tuhannya supaya kondisi itu dianggap sebagai bagian ujian dan aturan Tuhan.

Saat kapitalisme mendapatkan banyak serangan atau kritikan yang membuat tatanan ini goyah, sering di antara mereka berpikir tak rasional lagi—atau memang telah tak terbiasa berpikir rasional karena kehendak subjektifnya sejak kecil selalu terpenuhi dengan kekayaannya. Mereka tak lari pada ilmu pengetahuan, mereka pun lari pada upaya untuk menenangkan diri, mengetuk-ngetuk pintu menuju ruang kegelapan. Sebagaimana dikatakan Pramoedya Ananta Toer, "Kalau hati dan pikiran manusia sudah tak mampu mencapai lagi, bukankah hanya pada Tuhan juga orang berseru?"[75]

Kelas penindas memang akan selalu dikejar-kejar bayangan orang-orang yang ditindasnya, atau musuh-musuhnya, saat pintu gerbang istana mereka telah dianggap jebol dan daya tahan prajurit tidak mampu menghalau kekuatan musuh, sang raja mencari-cari pintu menuju ruang gelap untuk bersembunyi dengan harapan jalan itu akan berujung pada tempat persembunyian yang aman dan masih nikmat untuk ditempati.

Sebagai hasil tatanan penindasan, selalu cenderung melahirkan pemikiran yang tak ilmiah, tak didasari nalar, dan berdasar pada ketaktahumenahuan. Dalam keputusan politik kaum borjuis, keputusan itu didasarkan pada bisikan dan nasihat orang yang mengambil keputusan dengan klenik atau takhayul. Mungkin Anda belum pernah mendengar, tetapi jangan heran kalau baru mengerti bahwa keputusan-keputusan Presiden AS (negara utama pembela kapitalisme global) ternyata didasarkan pada petimbangan paranormal. Ronald dan Nancy Reagan secara teratur berkonsultasi

75. Pramoedya Ananta Toer, *Anak Semua Bangsa*, (Jakarta: Lentera Dipantara, 2006), hlm. 33.

dengan para astrolog mengenai tindakan-tindakan mereka, baik yang besar maupun yang kecil. Di bawah ini adalah kutipan dari buku Donald Regan, *For the Record*:[76]

> "Hampir setiap pergerakan dan keputusan besar yang diambil Reagan selama masa saya menjabat sebagai kepala staf Gedung Putih terlebih dahulu diperbincangkan dengan seorang perempuan di San Fransisco yang melihat horoskop untuk memastikan bahwa semua planet terletak dalam posisi yang menguntungkan untuk mendukung keberhasilan keputusan tersebut. Nancy Reagan kelihatannya memiliki kepercayaan mutlak kepada kekuatan supernatural dari perempuan ini, yang telah meramalkan bahwa 'sesuatu' yang buruk akan terjadi pada presiden beberapa waktu menjelang percobaan pembunuhan terhadapnya di tahun 1981."
>
> "Sekalipun saya belum pernah bertemu muka dengan peramal ini—Nyonya Reagan selalu menyampaikan hasil peramalannya setelah ia berkonsultasi dengan peramal itu melalui telepon—perempuan itu telah menjadi faktor yang demikian khusus bagi kerja-kerja saya, dan dalam urusan-urusan negara yang tertinggi, saya menyimpan satu kalender yang diberi kode berwarna (hari 'baik' dengan warna hijau, hari 'buruk' dengan warna merah, dan hari 'yang tidak jelas' dengan warna kuning) sebagai pegangan untuk menjadwalkan perjalanan Presiden Amerika Serikat dari satu tempat ke tempat yang lain, atau untuk menjadwalkan pidatonya, atau menjadwalkan negosiasi dengan pemerintah-pemerintah asing."
>
> "Sebelum saya tiba di Gedung Putih, Mike Deaver telah menjadi orang yang mengintegrasikan horoskop Ny. Reagan ke dalam jadwal kepresidenan.... Hasil dari kerahasiaan dan loyalitasnyalah sehingga hanya sedikit orang di Gedung Putih yang tahu bahwa Ny. Reagan adalah bagian dari problem mereka (ketika menunggu jadwal)—lebih sedikit lagi yang tahu bahwa seorang peramal di San Fransisco adalah penentu sejati dari jadwal kepresidenan. Deaver memberitahu saya bahwa ketergantungan Ny. Reagan terhadap kultus ini sudah berjalan lama, sejak suaminya masih menjadi Gubernur Negara Bagian, ketika itu ia menyandarkan diri

76. Allan Wood, *Reason and Revolt,* (Yogyakarta: IRE Press, 2006).

> pada peramalan dari Jeane Dixon yang terkenal itu. Belakangan ia kehilangan kepercayaan pada kekuatan ramalan Dixon. Tapi, Ibu Negara kelihatannya memiliki kepercayaan mutlak pada bakat supranatural dari perempuan di San Fransisco itu. Dan, kelihatannya Deaver telah berhenti berpikir bahwa ada sesuatu yang istimewa dalam garis komando yang mengambang ini... Baginya hal itu hanyalah satu masalah kecil dalam kehidupan seorang hamba dari seorang besar. 'Setidaknya,' katanya, 'peramal yang ini tidaklah seaneh yang terdahulu.'"

Jika memiliki pikiran kritis, kreatif, dan solutif, mengapa orang-orang—bahkan para pengambil kebijakan—menyelesaikan sesuatu bukan berdasarkan akal sehat, melainkan lebih memilih pertimbangan dukun?

Pergeseran menuju tradisi kembali ke dunia gelap di kalangan penguasa politik dan ekonomi kapitalis itulah yang menunjukkan bahwa kebudayaan kita sebenarnya tengah menuju pada kemunduran yang paling tak dapat dibohongi. Krisis ekonomi yang merupakan penyakit bawaan kapitalisme selalu menimbulkan kebingungan dan kepanikan. Sebelum masuk abad 21, berbagai macam krisis telah dapat diatasi dengan berbagai cara dengan munculnya pemikir-pemikir yang masih percaya bahwa kapitalisme akan dapat diatasi oleh kaum akademis atau dengan cara berpikir ilmiah.

Fatalisme pun tersebar dan ditebarkan pada anak-anak dan remaja yang seharusnya diajarkan untuk berpikir optimis dan memandang persoalan secara ilmiah. Di dalam tayangan TV, seperti sinetron, anak juga hendak dibentuk sebagai generasi yang tumpul, tidak produktif, dan dijauhkan dari semangat ilmiah dan keberanian. Kita dapat membandingkan dengan kisah-kisah anak dalan sinetron atau film di Barat yang mengisahkan perjalanan anak dalam memahami sebuah persoalan, petualangan, dan juga anak-anak yang berperan sebagai detektif atau membantu upaya menangkap kejahatan. Cara menangani masalahnya dengan akal,

taktik, dan kemajuan teknologi dibarengi dengan analisis kritis. Akan tetapi, anak dalam sinetron Indonesia biasanya menangkap pencuri dengan bantuan jin, kekuatan gaib, atau mistik.

Kisah mistik ini adalah racun dalam peradaban kita yang telah memasuki era modern. Bukan hanya sinetron anak, hampir semua kisah sinema, baik elektronik maupun layar lebar juga mengeksploitasi horor dan ketakutan karena hantu ini. Tampaknya, memang tak pernah dipikirkan bahwa kisah ini hanya akan menyebarkan ideologi dan perasaan fatalisme di kalangan generasi.

Anak-anak Indonesia yang menonton tayangan mistik tentunya akan memercayai bawa dunia dikendalikan oleh logika mistik. Logika kritis dan pencarian kebenaran objektif dan dialektis tidak akan dimiliki lagi. Seakan-akan, tujuan pendidikan untuk menciptakan generasi berpikir modern juga bertabrakan dengan kepentingan para pembuat sinetron hantu yang tidak memikirkan upaya pencerahan di masyarakat. Atau, jangan-jangan, ada kepentingan besar yang sengaja dilakukan untuk membawa masyarakat kita kembali ke zaman kegelapan.

Efek berpikir fatalis dan hilangnya pikiran kritis, kreatif, dan solutif bagi bangsa Indonesia ternyata sangat parah: keterbelakangan, ketergantungan, dan kelemahan mental rakyatnya dan kaum mudanya. Akhirnya, apalagi jika bukan pengetahuan dan kegiatan berpikir yang harus kita perjuangkan untuk menjadi kebiasaan masyarakat kita, terutama kaum muda kita. "Pengetahuan memberi kita kekuatan, atau setidaknya perasaan bahwa kita memegang kendali," demikian kata Julian Short.[77] William Graham Summer mengatakan, "...pengujian dan terhadap proporsi dari apa pun yang minta diterima, untuk menemukan apakah berhubungan dengan realitas atau tidak. Pemikiran kritis merupakan satu-

77. Julian Short, *An Intelligent Life: Anatomi Hidup Bahagia*, (Jakarta: Transmedia, 2006), hlm. 10.

satunya jaminan melawan delusi, desepsi, takhayul, dan kesalahpahaman atas diri kita dan lingkungan di luar kita."[78]

Kemunduran berpikir dalam bentuk mengambil keputusan secara cepat dan instan berdasarkan intuisi bukan hanya menyebabkan berbagai kebijakan dan tindakan yang diambil menghasilkan kerugian, kerusakan, bahkan ketidakprofesionalan dalam bidang kerja, bisnis, dan upaya menggapai kesuksesan dan kepribadian yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Celakanya, gaya berpikir yang menghilangkan pikiran kritis juga dianjurkan oleh pengamat semacam Malcolm Gladwell yang menulis buku berjudul *Blink—The Power of Thinking without Thinking*. Tesis umum yang diajukan buku itu berpendapat bahwa kita bisa menghadapi persoalan dalam hidup ini dengan "BLINK" atau kita bisa membuat keputusan dalam waktu sekejap mata.

Terinspirasi oleh penulis neo-modernisme semacam Michael LeGault yang menggugah kembali pentingnya "THINK" dan berpikir kritis, penulis ingin menguak bahaya besar dari gaya berpikir "BLINK" dalam masyarakat kita. Setelah memahami wacana filsafat Posmodernisme dan Relativisme sebagai penyebab kemunduran berpikir kritis, di berbagai kesempatan dan tulisan penulis menawarkan gaya berpikir materialisme-dialektis sebagai sumber berpikir kritis dan menunjukkan jalan yang dapat ditempuh bagi mereka yang ingin memaksimalkan otaknya melalui kritis sebagai jalan pemberdayaan diri, kemandirian, dan kesuksesan dalam karier, profesi, dan membangun hubungan.

Buku yang ditulis oleh Malcolm Gladwell berjudul *Blink—The Power of Thinking without Thinking* tampaknya telah memengaruhi banyak pembaca. Tesis umum yang diajukan buku itu berpendapat bahwa kita bisa menghadapi persoalan dalam hidup ini dengan

78. William Graham Summer dalam *www.criticalthinking.org*.

"BLINK" atau kita bisa membuat keputusan dalam waktu sekejap mata.[79]

Gladwell mengeksplorasi potensi intuisi dengan mendasarkan anggapannya bahwa benak manusia memiliki sebuah kekuatan alam bawah sadar yang menyerap banyak informasi dan data dari indra, serta dengan tepat dapat membentuk sebuah situasi, memecahkan masalah, dan seterusnya tanpa diperlukan pikiran formal yang kaku dan terlalu mengatur.

Untuk memberikan sebuah bukti betapa hebatnya perhitungan cepat yang didefinisikan sebagai sebuah pemahaman yang muncul dalam waktu dua detik pertama, dalam buku "BLINK" Mr. Gladwell menceritakan sebuah kisah mengenai sebuah patung Yunani palsu yang dibeli oleh J. Paul Getty Museum di Los Angeles pada 1984. Patung itu adalah patung seorang pria muda bugil yang disebut oleh penjualnya sebagai sebuah karya seni patung yang dikenal sebagai *kouros* yang dibuat di masa Yunani Kuno. Para pejabat museum itu tampaknya curiga mengenai asal-usul patung itu sejak awal karena patung itu memancarkan sebuah rona yang berwarna agak pudar yang tak biasanya dimiliki oleh sebuah patung kuno. Namun, setelah berbagai tes ilmiah menunjukkan bahwa patung tersebut dipahat dari sebuah tambang batu di Yunani, dan juga diverifikasi bahwa patung itu dilapisi dengan lapisan *calcite* tipis—sebuah bahan yang dipercaya terbentuk ribuan tahun lalu karena proses alami—Museum Getty akhirnya membeli patung itu seharga jutaan dolar.

Kemudian, sebagaimana dikisahkan Mr. Gladwell, misteri yang ada mulai terbuka. Satu per satu pakar seni memerhatikan patung tersebut dan masing-masing pakar langsung mengalami perasaan yang sama kalau ada yang "tidak beres". Pihak museum menjadi

79. Kritik terhadap pandangan Mr. Gladwell dan kisah tersebut diuraikan dalam Michael R. LeGault, *Sekarang Bukan Saatnya untuk "Blink" Tetapi Saatnya untuk THINK: Keputusan Penting Tidak Bisa Dibuat Hanya dengan Sekejap Mata*, (Jakarta: PT. Transmedia, 2006).

sangat khawatir sehingga memutuskan mengirimkan patung itu kembali ke Yunani untuk diperiksa oleh pihak-pihak yang berwenang atas patung kuno Yunani. Salah satu pakar di sana, direktur Benaki Museum di Athena, merasakan "gelombang penolakan" menerpa dirinya saat dia melihat patung itu. Getty kemudian melakukan investigasi besar-besaran, mengungkap berbagai upaya pemalsuan dan penipuan, dan berakhir ketika mereka tahu bahwa patung tersebut dibuat di sebuah bengkel Kota Roma di tahun 1980-an.

Bagi Mr. Gladwell, intinya kisah patung tersebut menjadi sebuah kasus peringatan mengenai keterbatasan dan kegagalan metode ilmiah dan analisis rasional. Juga, hendak ditunjukkan kekuatan perasaan dan intuisi (intuisi hanya nama lain dari *Blink unpackaged being*). Namun, jika kita pikir lebih jauh, seberapa berartinya cerita di atas untuk membenarkan pandangan penulisnya bahwa penilaian cepat sering memberikan hasil yang sama baiknya dengan atau bahkan lebih baik dari penilaian yang dihasilkan oleh analisis kritis yang dilakukan hati-hati?

Tentu saja jika kita perhatikan dari cerita itu, pertama-tama, tes ilmiah justru tidak gagal. Bahan marmer *dolomite* patung itu memang dilapisi oleh lapisan *calcite* tipis. Si pemalsu genius itu tampak berhasil memproduksi lapisan *calcite* tersebut dengan cara melapisi patung dengan lapisan kentang. Berbagai bukti awal lainnya telah membenarkan keotentisitasan *the kouros*, termasuk catatan kepemilikan yang juga ternyata palsu.

Kedua, jika Anda membaca cerita itu dengan teliti, jelas bahwa ada sesuatu yang terjadi di dalam benak pakar selain dari berbagai dugaan dadakan dan intuisi. Ketika mereka melihat patung tersebut, kata pertama yang akan muncul di dalam benak seorang Thomas Hoving (mantan direktur Metropolitan Museum di New York) adalah "segar". Maksudnya, patung itu tampak terlalu baru buat sebuah patung yang berusia beberapa ribu tahun. Direktur Acrropolis Museum di Athena, George Despinis, berkata, "Dia dapat melihat

bahwa patung itu belum pernah terkubur." "Intuisi penolakan" yang ada di dalam benak direktur Benaki Museum tampaknya bersumber dari pengamatannya atas kontradiksi antara gaya patung dan fakta bahwa marmer bahan patung tersebut berasal dari sebuah pertambangan batu di Pulau Thasos, Yunani.

Jadi, di balik semua "penilaian cepat" (BLINK) itu, terdapat impresi cerdas yang terbentuk oleh kegiatan belajar, berpikir, dan analisis selama bertahun-tahun. Semua dugaan cerdas dikonfirmasi oleh analisis lanjutan, yang memastikan, sebagai contoh, bahwa patung tersebut adalah sebuah perpaduan membingungkan dari berbagai gaya dari beberapa tempat dan periode waktu.

Berpikir kritis adalah sebuah keterampilan kognitif yang memungkinkan seseorang untuk menginvestigasi sebuah situasi, masalah, pertanyaan, atau fenomena untuk bisa membuat sebuah penilaian atau keputusan. Berpikir kritis adalah sebuah hasil dari salah satu bagian otak manusia yang sangat berkembang, yaitu *cerebral cortex* dan bagian luar dari bagian otak manusia yang terluas, *cerebrum* (otak depan).

Cerebral cortex adalah lapisan luar otak yang menempati wilayah di bagian atas otak, sebuah lokasi yang memberinya makna biologis dan simbolis. Otak manusia berevolusi ke atas dari fitur sistem saraf yang kebanyakan primitif, seperti batang otak, berbagai bagian kelenjar di dalam otak dan bagian otak yang mengendalikan gerakan anggota tubuh. Semakin kita naik ke atas ke arah otak depan, otak manusia menjadi semakin unik. Ketika manusia menapaki tangga evolusi, otak kita tumbuh 250 persen lebih berat daripada otak tetangga kita yang terdekat, simpanse, dan kebanyakan materi berwarna abu-abu itu terdapat di bagian otak depan.

Berpikir kritis mengombinasikan dan mengoordinasikan semua aspek kognitif yang dihasilkan oleh super-komputer biologis yang ada di dalam kepala kita—persepsi, emosi, intuisi,

mode berpikir linear ataupun non-linear, dan juga penalaran induktif maupun deduktif.

Dalam bukunya yang berjudul *Beyond Feelings: A Guide to Critical Thinking*, Vincent Ryan Ruggiero mengatakan bahwa ada tiga aktivitas dasar yang terlibat dalam pemikiran kritis:[80]

- Menemukan bukti;
- Memutuskan apa arti bukti itu; dan
- Mencapai kesimpulan berdasarkan bukti itu.

Dari situ, yang biasanya harus ditempuh untuk membiasakan diri berpikir kritis, antara lain:

a. Melakukan Tindakan untuk Mengumpulkan Bukti-Bukti
   Bukti adalah suatu hal yang bisa bersifat empiris (bisa kita lihat, sentuh, dengar, kecap, cium) ataupun berbagai bentuk fakta yang dapat kita peroleh dari sebuah otoritas, kertas riset, statistik, testimoni, dan informasi lainnya.
   Namun, yang paling penting adalah mendapatkan bukti secara langsung (empiris) karena bukti dari pihak kedua kadang patut dicurigai. Bukti yang kita temukan langsung dari indra kita tidak dapat dibantah.

b. Menggunakan Otak, Bukan Perasaan (Berpikir Logis)
   Membiasakan berpikir logis merupakan jalan penting untuk menemukan pikiran kritis. Kebanyakan manusia belum mampu berpikir rasional, apalagi di tengah serangan irasionalitas media seperti zaman sekarang. Oleh karenanya, harus dibiasakan. Logika bukanlah sebuah kemampuan yang dapat berkembang sendiri, melainkan merupakan sebuah keterampilan atau disiplin yang harus dipelajari dan dilatih, baik dalam pendidikan formal maupun dalam hari-hari kita.

---

80. Vincent Ryan Ruggerio, *Beyond Feelings: A Guide to Critical Thinking*, (New York: McGraw-Hill Higher Education, 2003), hlm. 21—22.

Suatu perangkat logis-formal dikenal dengan istilah "silogisme", yang terdiri dari tiga pernyataan: teori utama, teori minor, dan sebuah kesimpulan. Contoh: jika teori utamanya adalah "Orang-orang yang berasal dari Madura berwatak keras" dan teori minornya adalah "Zulkifli berasal dari Madura". Maka, kesimpulannya adalah "Zulkifli adalah orang yang berwatak keras".

c. Skeptis

Skeptis adalah rasa ragu karena adanya kebutuhan atas bukti. Artinya, tidak percaya begitu saja sebelum menemukan bukti yang kuat yang kadang bukti yang ditemukannya sendiri. Ini adalah elemen yang penting bagi pemikiran kritis.

Skeptisisme bukanlah sinisme, dan sayangnya sering disalahartikan dengan mengatakan keduanya sama. Padahal, keduanya berlawanan arti. Skeptisisme adalah sebuah pembenaran bahwa ada kebenaran dan objektivitas di dunia ini, hanya sulit saja ditemukan. Artinya, skeptisisme akan mendorong orang untuk mencari kebenaran. Jadi, merupakan kekuatan positif yang membangun dan menginginkan peran untuk membuktikan dan memperbaiki jika ada kesalahan (kontradiksi). Sedangkan, sinisme ditandai dengan anggapan "semua orang bisa dimanfaatkan". Karena sinis, ia tak percaya pada siapa pun dan karenanya tak ada niat untuk mencari kebenaran karena dianggap percuma. Jadi, ia adalah kekuatan negatif.

Demikianlah, komunikasi intrapersonal telah menjadi bagian dalam diri manusia (individu) bersamaan dengan pertumbuhan psikologis dan pengetahuannya. Oleh karena itulah, kajian yang sangat membantu memperkaya untuk melihat proses terjadinya komunikasi ini adalah ilmu psikologi.

BAB IV

Komunikasi Inter-personal

b r a

A. Definisi

Komunikasi antar-pribadi (*interpersonal communication*) pada hakikatnya adalah interaksi antara seorang individu dan individu lainnya tempat lambang-lambang pesan secara efektif digunakan, terutama dalam hal komunikasi antar-manusia menggunakan bahasa.

Dalam Ilmu Sosiologi yang mengkaji hubungan di antara sesama manusia, aksi dan reaksi dalam hubungan antar-manusia dinamakan "Interaksi Sosial". Interaksi sosial merupakan syarat utama terjadinya aktivitas-aktivitas sosial. Interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang-orang perorangan. Yang dimaksud dinamis adalah bahwa interaksi akan memungkinkan suatu individu atau kelompok berubah. Tentu ada cerita lain yang bisa dijadikan contoh. Yang ingin penulis tunjukkan adalah:

- Interaksi sosial merupakan realitas yang paling nyata dalam kehidupan manusia;
- Interaksi sosial akan menghasilkan suatu proses yang mengubah, baik individu maupun masyarakat;
- Interaksi sosial juga dilakukan oleh orang-orang atau kelompok yang memiliki nilai, tujuan, dan ide. Interaksi sosial juga disampaikan dengan sarana simbol, kata, dan tindakan;

Salah satu terjadinya interaksi sosial, selain adanya kontak sosial, adalah komunikasi. Kontak sosial berasal dari bahasa Latin *con* atau *cum* yang berarti 'bersama-sama' atau *tango* yang berarti 'bersama-sama menyentuh'. Jika kontak fisik berarti hubungan badaniah, seperti ciuman hingga persetubuhan, tetapi maknanya hal itu terjadi hubungan memberi dan menerima dan saling memengaruhi. Akan tetapi, dalam makna sosial, kontak sosial berarti adanya hubungan yang saling memengaruhi tanpa perlu bersentuhan. Misalnya, pada saat berbicara yang mengandung pertukaran informasi atau pendapat, yang tentu saja akan memengaruhi pengetahuan atau cara pandang. Di era yang kian maju, kemajuan teknologi informasi telah menghasilkan suatu bentuk kontak sosial yang baru. Orang dapat melakukan kontak sosial melalui telepon, telegraf, radio, surat, surat elektronik, dan lain sebagainya.

Dalam interaksi juga terdapat simbol. Simbol diartikan sebagai sesuatu yang nilai atau maknanya diberikan kepadanya oleh mereka yang menggunakannya. Interaksi sesama manusia dimediasi dengan menggunakan simbol, dengan interpretasi, dengan mengetahui makna tingkah laku orang lain (stimulus dan respons dalam tingkah laku manusia).

Di situlah terjadi proses komunikasi. Komunikasi inter-personal didefinisikan sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika (*the process of*

sending and receiving messages between two persons, or among a small group of person, with some effects and some immidiate feedback).[81]

Dari definisi tersebut, komunikasi antarpribadi bisa berlangsung antara dua orang yang sedang berdua-duaan, seperti suami istri yang sedang berbincang-bincang; bisa terjadi antara dua orang yang saling bertemu, misalnya antara seorang mahasiswa dan dosen pembimbing skripsinya.

Komunikasi antarpribadi lebih efektif berlangsung jika berjalan secara dialogis, yaitu antara dua orang saling menyampaikan dan memberi pesan secara timbal balik. Dengan komunikasi dialogis, berarti terjadi interaksi yang hidup karena masing-masing dapat berfungsi secara bersama, baik sebagai pendengar maupun pembicara. Keduanya memasukkan pesan dan informasi, keduanya saling memberi dan menerima. Kemungkinan munculnya pengertian bersama (*mutual understanding*) dan empati lebih besar karena keduanya saling berada berdekatan, bisa melihat mimik muka, tatapan mata, serta bahasa tubuh. Karena kedekatan ini, juga terjadi empati dan rasa saling menghormati—bukan karena perbedaan ekonomi, melainkan masing-masing adalah manusia yang tampak di hadapan mata.

Meskipun demikian, suasana komunikasi dialogis tidak selalu sesuai yang diharapkan bahwa akan selalu terjadi kesetaraan dan saling memberi menerima secara adil. Umumnya, akan terjadi keakraban dan kesederajatan di antara orang-orang yang memiliki kesamaan—yang disebut Wilbur Schramm sebagai *frame of reference* (kerangka referensi)—yang kadang-kadang juga disebut kesamaan bidang pengalaman (*field of experience*). Misalnya, kesamaan dalam bidang pendidikan (sesama mahasiswa), pekerjaan, hobi, ideologi, dan lain-lain.

---

81. Joseph A. Devito, *The Interpersonal Communication Book*, (New York: Harper & Row Publisher, 1989).

B. Hubungan Komunikasi Intrapersonal dengan Komunikasi Antarpribadi (Interpersonal)

Secara nyata, berbeda dengan komunikasi intrapersonal, komunikasi antarpribadi membutuhkan suatu proses interaksi dengan orang lain. Jika kita terbiasa memendam sesuatu dan tidak ekspresif, kemungkinan kita juga kesulitan untuk menjalankan komunikasi dengan orang lain.

Tidak mudah berbicara dengan orang lain, tetapi juga tidak enak rasanya jika hanya mendengarkan saat kita sedang bertemu dan berdekatan dengan orang. Terlalu banyak diam bisa divonis bodoh atau tidak punya bahan untuk dibicarakan yang biasanya identik dengan pengetahuan yang sedikit dan kurang wawasan. Situasi untuk diam dan tak banyak bicara memang tak akan menimbulkan masalah jika kita tidak punya kepentingan dengan orang tersebut meskipun kita divonis kurang ekspresif alias cuek pada orang lain. Selain itu, proses komunikasi intra-personal menuju interpersonal itu dilancarkan oleh situasi yang ada. Misalnya, jelas-jelas Anda tidak terima jika kaki Anda terinjak pada saat naik bus kota yang penuh sesak, tetapi belum tentu Anda menegur orang yang menginjak kaki Anda. Bisa jadi Anda hanya bergumam dalam hati (komunikasi intrapersonal), "Bangsat! Gak tahu apa kali kaki orang, main injak aja." Namun, kadang Anda juga akan menegurnya (menyampaikan pesan padanya) dengan berkata, "Hati-hati dong kalau berdiri, enak aja injak-injak kaki orang!"

Kita perlu menyampaikan pesan pada orang lain saat kita sangat menginginkannya, bahkan saking inginnya Anda menyampaikan pesan kepada orang lain, Anda akan memilih tindakan yang paling efektif dan bermakna dalam menyampaikan pesan tersebut. Misalnya, seorang mahasiswa kaya dan gaul ingin "menembak" seseorang yang kepadanya ia sangat jatuh cinta dan tampaknya si mahasiswi yang menjadi targetnya juga merencanakan melakukan

tindakan menyatakan cinta pada saat ia ulang tahun dan disampaikan di hadapan teman-temannya yang menghadiri pesta ulang tahunnya. Ritual cinta murahan ala remaja dan pemuda ini dapat kira sebut sebagai acara menyampaikan pesan kepada orang lain—dalam komunikasi interpersonal—yang bermakna (bermakna dan indah menurut remaja-remaja gaul itu, bukan menurut penulis, mungkin juga Anda).

Akan tetapi, tak jarang juga pesan yang sangat penting dan diiringi dengan motivasi yang sangat tinggi untuk mencapai tujuan, juga sulit dikomunikasikan. Maka, ia hanya dipendam dan hanya jadi komunikasi intra-personal. Ini sebuah peristiwa yang tidak jarang kita lihat. Misalnya, ada juga seorang mahasiswa yang sangat takut untuk mengungkapkan perasaannya ketika jatuh cinta pada mahasiswi. Dia hanya bisa memendamnya. Seperti dalam film *Jomblo*, kesulitan mengungkapkan rasa cinta pada mahasiswi satu kampus membuat seorang yang takut itu didahului oleh sahabat baiknya sendiri yang telah berani "menembak" si "cewek" dan akhirnya "jadian". Yang didapatkan adalah rasa sakit dan perasaan dikhianati.

Keinginan yang kuat dan tertahan itu menimbulkan rasa sakit. Oleh karenanya, komunikasi dengan orang lain (*interpersonal communication*) itu adalah kegiatan yang sangat bermanfaat, menyehatkan, dan merupakan suatu proses yang harus dilakukan. Kita harus mampu mengungkapkan keinginan kita pada orang lain. Kita harus mempelajari tekniknya agar efektif, lancar, bermakna, dan berhasil—penulis kira inilah tujuan kita mempelajari komunikasi.

Komunikasi intra-personal, seperti membiarkan kegagalan mengungkapkan sesuatu dan kegagalan kebutuhan yang menimbulkan tindakan berbicara pada diri sendiri, memang bukan semata-mata suatu hal yang negatif. Yang jelas ia bisa berefek positif atau negatif. Positifnya tidak jarang melahirkan pemikiran kritis, reflektif, dan evaluatif yang sering disalurkan dalam karya dan mengasah proses berpikir yang kaya. Akan tetapi, negatifnya adalah melemahkan jiwa,

membiasakan diri pasrah, dan melatih menjadi minder dan kadang bisa membuat orang menutup diri, dan yang jelas butuh saluran untuk mengurangi tekanan-tekanan yang ada. Ya, jika salurannya positif. Jika negatif, tentu akan melahirkan destruksi, baik pada diri sendiri maupun hubungan.

Komunikasi antar-pribadi memegang peranan sangat penting bagi hubungan apa saja—tentang hal ini tak ada yang membantah. Komunikasi antara orangtua dan anak juga menjadi dasar pertumbuhan psikologis anak-anak. Komunikasi yang lebih intim melibatkan kontak fisik berupa sentuhan, elusan, dan dekapan akan membuat anak merasa *secure* dan nyaman. Orang yang di masa kanak-kanaknya kekurangan keintiman dan sekuritas psikologis cenderung akan memiliki instabilitas kejiwaan, bahkan yang membahayakan mengalami mentalitas yang membahayakan kemampuannya untuk berhubungan dengan orang lain. Pernah melihat kisah psikopat dalam film *Red Dragon*? Tampaknya, sebagaimana dikisahkan dalam film itu, para penderita kelainan jiwa, seperti psikopat, kebanyakan mendapatkan perlakuan yang jauh dari keintiman orangtuanya. Sang psikopat mendapatkan perlakuan yang kejam dari neneknya, dia pun lahir sebagai orang yang kejam.

Komunikasi intim melibatkan perkataan (bahasa) verbal yang penuh makna dan menjelaskan ketidaktahuan anak-anak, dengan bahasa tubuh yang menunjukkan emosi kasih sayang yang kuat. Budaya komunikasi yang baik dalam keluarga akan melahirkan anak yang cerdas. Harus ditunjukkan rasa ramah pada anak dan hindari rasa dan nuansa memusuhi dan benci pada anak. Bahkan, kalau perlu tunjukkan bahwa kita selalu ramah dan senang pada mereka.

Majalan *Parents* edisi Agustus 1999 menuliskan sejumlah aktivitas keseharian yang amat baik bagi anak di masa mendatang jika dilakukan. Salah satu kegiatan yang harus dilakukan orangtua adalah murah senyum: semakin banyak orangtua tersenyum, lebih mudah pula bagi anak tersenyum serta mendapatkan perasaan yang

menggembirakan.[82] Senyum, meskipun sangat sederhana sekalipun, bisa melepaskan ketegangan dan segera meningkatkan kegembiraan. Kendati Anda tak ingin tersenyum, para ilmuwan menganjurkan agar jangan segan-segan memaksa bibir Anda untuk senyum karena hal itu akan meningkatkan semangat Anda. Jangan tunjukkan tindakan *ngambek* atau uring-uringan karena Anda orangtua dan bukan lagi anak-anak. Senyum yang indah akan membuat suasana menjadi indah dan nyaman, situasi yang sangat dibutuhkan oleh anak-anak.

Lantas, bagaimanakah membangun komunikasi yang baik? Bagi penulis, sederhana saja: jika aliran informasi antara penyampai pesan dan penerima pesan berlangsung lancar, dan pesan yang disampaikan mendatangkan kejelasan dan pencerahan/penyadaran (dan bukan manipulasi atau kebohongan), komunikasi berjalan dengan baik. Ketika pesan tidak sampai pada penerima, komunikasi terhambat. Komunikasi juga bermakna dialog. Kedua belah pihak harus menunjukkan pesan yang kemudian harus ditanggapi (timbal balik). Jadi, dalam hal ini akan sangat baik: (1) anak-anak menunjukkan keingintahuan yang ditunjukkan dalam bahasa dan kata-kata atau ungkapan yang membutuhkan tanggapan dari orangtua. Anak yang ceria, usil, dan ingin tahu menunjukkan tanda-tanda kesehatan mental dan punya potensi untuk cerdas dan peduli pada lingkungannya; dan (2) orangtua memiliki kemampuan untuk merangsang secara terus-menerus dan menanggapi si kecil dengan benar.

Hal itu harus dilakukan sejak dini. Sejak anak-anak balita menunjukkan keingintahuan, bahkan sebelum dia dapat berbicara, perlakukan seakan ia dapat bicara dan kita tahu keinginan-keinginan dan pertanyaannya. Kita bahkan harus berbicara pada si kecil seakan dia bisa memahami apa yang kita bicarakan.

Pada kenyataannya, kemampuan mengekspresikan diri dan menyampaikan pesan dari hati dan pikiran ternyata merupakan

82. *Keluarga Kunci Sukses Anak*, (Jakarta: Penerbit Kompas, 2000), hlm. 21.

tindakan psikologis, yang tak jarang terhambat oleh hambatan-hambatan psikologis pula. Ini adalah gejala yang layak kita kaji. Jika kita berupaya menciptakan komunikasi bebas hambatan agar kehidupan berjalan lancar, setiap orang harus punya keberanian dan menyampaikan pesan secara baik dan lancar. Ini adalah modal demokrasi melalui proses komunikasi di masyarakat, dalam berbagai level, terutama dalam konteks bahasan kita adalah antara dua orang.

Tak jarang hubungan antar-pribadi, seperti dalam rumah tangga (antara suami dan istri), terjadi masalah karena tidak lancarnya komunikasi. Syarat-syarat agar orang mampu menyampaikan pesan untuk terjadinya proses komunikasi yang lancar tentu bisa dipelajari. Apakah komunikasi interpersonal terjadi dan pesan tersampaikan, ataukah ia hanya dipendam dan tidak berani disampaikan, ini juga situasi yang sering terjadi. Proses dan bentuk peristiwa dan tindakan ketika komunikasi interpersonal itu terjadi juga sangat dipengaruhi banyak faktor. Ada faktor situasi psikologis dan mental Anda. Kadang juga tergantung pada lingkungan saat Anda berada dengan orang yang ingin Anda sampaikan pesan. Atau kadang, sekali lagi, tergantung dengan kepentingan, motivasi, dan tujuan Anda.

Ambil contoh ketika tiba-tiba Anda harus duduk di kursi ruang tunggu Stasiun Tugu (Yogyakarta) dan hanya sada salah satu kursi yang tersedia. Kebetulan kursi yang bersebelahan dengan sebuah kursi yang diduduki oleh seorang perempuan muda yang cantik—katakanlah Anda mahasiswa dan dia tampaknya juga masih muda seperti Anda, bisa jadi juga masih kuliah (mahasiswi). Jika Anda tertarik dengan perempuan cantik itu, kepentingan Anda adalah berkenalan dengan dia dan bisa jadi Anda membayangkan alangkah indahnya jika Anda bisa kencan dengan perempuan muda itu.

Jika Anda mempunyai kepentingan itu dan Anda adalah orang yang ekspresif dan terbiasa berbicara dengan percaya diri pada siapa pun, bisa jadi Anda akan bertanya padanya dari hal-hal yang

"normatif", misalnya, "Mau ke Jakarta juga ya?", atau pertanyaan dari mana, hendak ke mana, dari mana, pekerjaan apa, namanya siapa. Tidak hanya bertanya, tetapi juga memperkenalkan diri Anda dan berusaha mengeluarkan kata-kata agar dia tahu siapa Anda, terutama menunjukkan kelebihan-kelebihan Anda.

Saat mengetahui bahwa gadis itu ternyata juga kuliah di Universitas Gadjah mada (UGM) seperti Anda, semakin lancarlah komunikasi yang ada. Apalagi, mengetahui bahwa Anda dan dia sama-sama bertujuan ke Jakarta, Anda akan menghadiri pertemuan organisasi mahasiswa di Jakarta, sedangkan dia pulang ke kotanya (Jakarta). Semakin lancar dan dekatlah komunikasi, obrolan dan perbincangan saat menunggu kereta yang akan berangkat itu. Keakraban dan proses dialogis terjadi karena kesamaan *frame of reference* tadi, sama-sama mahasiswa, usia juga mungkin hampir sama.

Anda tahu bahwa kereta akan segera berangkat, dan ternyata setelah bertanya padanya tentang nomor kursinya, Anda akan berada di kursi yang tidak dekat dengannya, bahkan tidak satu gerbong. Maka, Anda akan menyampaikan pesan berupa perkataan agar dia memberi Anda nomor HP. Tanggapan dia pada Anda juga akan tergantung pada kepentingan dia pada Anda, reaksinya terhadap pesan yang Anda sampaikan, misalnya Anda menarik tidak bagi dia, atau kondisi dirinya dan psikologis atau kognitifnya.

Jika dia melihat bahwa Anda agresif dalam perbincangan itu, bisa jadi dia tidak tertarik. Akan tetapi, bisa jadi itu tak masalah. Faktor lain misalnya, kalau dia ternyata sudah punya "pacar", atau bahkan sudah tunangan dan mau menikah, kemungkinan dia akan menanggapi permintaan nomor HP itu tadi dengan bertanya, "Untuk apa?" atau bereaksi lain sesuai dengan banyak faktor.

Anda akan bisa melanjutkan komunikasi dengan dia setelah dia ternyata memberi nomor HP pada Anda. Kemungkinan Anda tidak akan diberi nomor HP. Namun, bisa jadi Anda tetap nekat

ingin menindaklanjuti perkenalan setelah Anda pulang lagi ke Yogya sehabis dari Jakarta, kemungkinan saat mahasiswi sekampus dengan Anda itu juga sudah kembali ke kampus setelah pulang dari Jakarta. Anda akan berusaha bisa berkomunikasi dengannya, kebetulan dari perbincangan itu dia sudah menceritakan jurusan dan fakultasnya, juga tempat kosnya.

Dari kasus di atas, yang dapat kita katakan adalah bahwa hasrat untuk berkomunikasi dengan orang lain (*interpersonal communication*) merupakan hasrat yang kadang sangat besar ada pada diri seseorang. Komunikasi antara satu orang dan orang lain terjadi karena berbagai macam latar belakang, situasi, faktor, motivasi, tujuan, dan kepentingan. Ini akan menentukan berbagai bentuk dan tingkat komunikasi antarpribadi. Ada yang terjadi secara sengaja maupun tidak sengaja.

Komunikasi antarpribadi yang tidak sengaja dan tidak direncanakan, misalnya adalah ketika ibu penulis berbelanja di pasar tradisional, tiba-tiba dia bertemu dengan temannya. Maka, komunikasi dilakukan sekadar mengobrol yang mengalir, tidak dalam karena tidak terencana. Akan tetapi, juga ada komunikasi antar-pribadi yang dilakukan dengan persiapan dan rencana, serta ketika berlangsung terjadi interaksi dan pertukaran pesan secara mendalam. Misalnya, ketika Anda sebagai mahasiswa hendak bertemu dengan dosen pembimbing skripsi Anda dalam rangka menyusun skripsi Anda agar berjalan dengan baik dan berkualitas. Anda harus mempersiapkan penjelasan skripsi yang masih Bab I itu. Tujuannya, agar dosen Anda dapat menangkap dengan jelas, dan Anda juga mendapatkan timbal balik agar dosen pembimbing tersebut memberikan saran-saran, masukan, dan kritik secara jelas demi perbaikan dan kelancaran penggarapan skripsi tersebut.

Komunikasi yang direncanakan belum tentu menghasilkan proses dan tindakan komunikasi yang berkualitas atau baik. Kadang, tanpa persiapan, penulis bisa mengajar dengan baik dan berkualitas,

juga menghasilkan paparan dan tanggapan yang baik dan berkualitas saat menjadi pembicara seminar. Akan tetapi, dalam banyak hal, memang persiapan lebih menghasilkan *outcome* yang baik meskipun ada faktor-faktor lain, terutama saat terjadi komunikasi. Penulis pernah mempersiapkan apa yang ingin penulis sampaikan dalam sebuah seminar yang diadakan mahasiswa, termasuk pembicaraan yang membuat mahasiswa semakin kritis dan berani. Akan tetapi, ketika penulis mengetahui dalam seminar bahwa pembicara lainnya adalah seorang dosen yang sudah tua dan kelihatan apa yang disampaikan sangat konservatif, penulis malah tidak jadi menyampaikan apa yang penulis siapkan, dan akhirnya malah agak amburadul.

Jadi, proses komunikasi antarpribadi itu berjalan karena berbagai faktor, latar belakang, efek, dan lain-lainnya. Ada yang timbal balik dan saling memberi juga menerima secara seimbang (dialog), ada yang timpang (monolog), dan lain sebagainya. Sebagai pengamat komunikasi, tugas kita untuk memahami dan menganalisis proses kejadiannya.

C. Kelebihan dan Kelemahan Komunikasi Interpersonal

Dari uraian di atas dengan contoh-contohnya, dapat kita daftar beberapa kelebihan komunikasi antar-pribadi dibandingkan dengan bentuk komunikasi lainnya, terutama dalam hal efektivitasnya dalam mengubah perilaku, sikap, opini, dan perilaku komunikan. Antara lain komunikasi berlangsung secara tatap muka (*vis-a-vis atau face to face*). Dengan komunikasi tatap muka, terjadi kontak pribadi (*personal contact*).

Pesan pribadi diketahui dari melihat langsung melalui kesatuan antara suara dan cara menyampaikannya, dari pandangan matanya, gaya bicaranya, dan lain-lain. Dengan bertatap mata, kita juga

mengetahui bagaimana reaksi lawan bicara kita, dengan segera kita akan mengubah gaya komunikasi kita jika reaksinya jelek.

Oleh karena itulah, komunikasi ini lebih efektif untuk melancarkan ajakan (komunikasi persuasif). Bandingkan tindakan mengajak orang lain untuk membeli melalui iklan dengan mendatangi langsung ke rumahnya seperti dilakukan oleh para *salesman* yang mendatangi dari rumah ke rumah untuk menjajakan dagangannya.

Kekuatan komunikasi interpersonal terkait dengan apa yang disebut oleh Littlejohn sebagai "jalinan hubungan" (*relationship*). Konsep ini didefinisikan sebagai seperangkat harapan yang ada pada partisipan yang dengan itu mereka menunjukkan perilaku tertentu di dalam berkomunikasi. "Jalinan hubungan" antarindividu hampir selalu melatar belakangi pola-pola interaksi di antara partisipan dalam komunikasi antarpribadi. Sebagai contoh, seorang yang baru saja berkenalan cenderung berhati-hati dalam berkomunikasi, kata-kata yang digunakannya lebih selektif, berbeda dengan komunikasi antara dua orang yang sudah akrab yang bersifat spontan.

Sejumlah asumsi lain mengenai "jalinan hubungan" menurut Littlejohn, antara lain:[83]

- Jalinan hubungan senantiasa terkait dengan komunikasi dan tidak mungkin dapat dipisahkan;
- Sifat jalinan hubungan ditentukan oleh komunikasi yang berlangsung di antara individu partisipan;
- Jalinan hubungan biasanya didefinisikan secara lebih implisit (tidak atau kurang eksplisit); dan
- Jalinan hubungan bersifat dinamis.

Apa pun bentuk komunikasi, tampaknya tak mungkin selalu bersifat simetris atau sejajar. Tak jarang pula komunikasi antarpribadi

83. Stephen W. Littlejohn, *Theories of Human Communication*, (Belmont, CA: Wadsworth, 2002), hlm. 234.

menunjukkan hubungan dominasi dan subordinasi dalam jalinan hubungannya. Meskipun proses negosiasi dan evaluasi terhadap hubungan dapat dengan mudah dilakukan dengan komunikasi yang bersifat tatap muka. Akan tetapi, efek komunikasi yang terhambat juga menimbulkan efek yang lebih jauh terhadap hubungan.

D. Kasus Komunikasi dalam Hubungan Suami Istri

Ambil contoh kasus dalam hubungan suami istri. Jalinan hubungan antara keduanya memang harus didukung oleh komunikasi. Komunikasi adalah syarat penting dalam hubungan suami istri. Ketika komunikasi terhambat, pesan dari satu pihak yang ditolak pihak lain maupun tiadanya media atau arena untuk menyampaikan pesan itu, arah hubungan akan tidak menentu.

Landasan penting berlangsungnya hubungan adalah adanya tujuan yang mendasari bersatunya dua orang. Masing-masing orang yang akan berhubungan memiliki visi misi dan pesan-pesan yang ingin disampaikan bersama, yang menyatukan mereka. Tujuan adalah suatu hal yang dapat dijadikan satu ukuran untuk menilai kualitas suatu hubungan. Bisa saja kita tidak memiliki waktu untuk bertemu dengan banyak orang dalam hari-hari kita. Akan tetapi, meskipun berhubungan dengan sedikit orang, kita punya tujuan yang maju. Lebih baik bertemu dengan sedikit orang yang sama-sama memiliki tujuan yang maju untuk mendiskusikan tindakan-tindakan dan kerja-kerja yang terprogram dan dilaksanakan secara konsisten daripada bertemu dengan banyak orang yang tujuannya tak sama dengan tujuan kita atau orang yang tak memiliki tujuan, yang dipastikan tak menghasilkan hasil.

Hubungan yang hanya dijalani tanpa tujuan, tanpa ketahumenahuan, dan hanya dijalin hanya atas dasar ikut-ikutan adalah hubungan yang buruk dan menunjukkan berbagai macam akibat buruk yang dapat dijumpai dari hubungan itu. Maka,

aturan dan cara menjalaninya juga ikut-ikutan. Padahal, seharusnya hubungan itu memerlukan pemikiran dan pengetahuan yang mendalam. Karena hubungan bukanlah suatu hal yang abstrak, harus dikenali bagaimanakah ukuran-ukurannya dan praktiknya yang membuat ia menguatkan hubungan—hubungan yang dibangun dengan baik, dan bukan diikuti secara mengalir begitu saja.

Hubungan yang dijalin hanya karena ikut-ikutan semacam itu banyak kita jumpai pada anak-anak muda yang "pacaran" bukan karena tujuan yang jelas dan diketahui manfaatnya, melainkan hanya karena ikut-ikutan. Mereka malu kalau tak punya "pacar", karenanya mereka kebingungan kalau tak punya "pacar". "Aku punya 'pacar', maka aku ada", begitulah semboyan yang menjelaskan eksistensi diri mereka. Tidak punya pacaran memalukan, bisa-bisa dianggap tidak "laku" atau tidak "gaul". Jadi, mereka berhubungan dan berinteraksi bukan atas dasar tujuan dan manfaat yang didasarkan pikiran yang maju tentang hubungan yang dilakukan. Hubungan dijalani secara mengalir. Terutama dalam pacaran, yang dianggap oleh anak-anak muda sebagai masa coba-coba, masa permainan, masa bersenang-senang, dan tak perlu serius karena bukan pernikahan.

Jika ukurannya adalah aliran perasaan, tentu saja akan banyak godaan-godaan dalam membangun hubungan. Dalam hubungan cinta eksklusif, seperti pacaran dan pernikahan, jika masing-masing pihak yang berhubungan menjalaninya secara mengalir, tak akan diketahui arah dan tujuan hubungan itu. Bahkan, mengapa mereka berhubungan dan bersatu juga tidak diketahui.

Ketidaktahuan tentang cinta, hubungan, dan kekasih kita akan melahirkan alienasi (keterasingan). Kebodohan adalah musuh umat manusia sepanjang abad, tepatnya musuh diri yang paling hakiki sebagai manusia yang konon telah lepas dari status kebinatangannya. Binatang itu tidak punya akal, pengembaraannya diatur oleh nafsu. Hewan adalah budak keinginan yang caranya hidup juga hanya

untuk memenuhi keinginan itu sebagai "tuan" yang membuatnya tidak berpikir dalam bergerak.

Singkatnya, hubungan cinta yang maju lahir dari orang-orang yang menyatukan diri dan diikat dengan tujuan. Tidak capaian yang bisa diperoleh dari jiwa orang yang hidupnya absurd dan tak tahu untuk apa tujuan hidupnya dan tujuan hubungannya, tujuan cintanya. Biasanya, ia terombang-ambing oleh lingkungan dan berbagai serangan-serangan pemikiran dan cara pandang dari luar dirinya, tetapi tetap saja ia tak dapat menyerap berbagai hal yang datang untuk mengisi pikiran dan hatinya.

Dari pemahaman di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa syarat-syarat hubungan yang harmonis dan baik adalah adanya: kesetaraan, keseimbangan, dan yang lebih penting adalah adanya kepercayaan, tujuan, serta nilai yang ingin dicapai bersama dan digunakan untuk patokan dari tiap-tiap orang atau kelompok. Hubungan tidak boleh membuat cara pandang (wawasan) mundur, juga tak boleh membelenggu keberadaan kita sebagai manusia yang merindukan kebebasan. Kebebasan yang dimaksud adalah kebebasan untuk berperan dalam dunia kehidupan, untuk menyembuhkan luka-luka kemanusiaan. Jadi, marilah kita menata kembali hubungan. Kita harus tahu bagaimana landasan untuk membangun hubungan yang lebih baik itu!

Tidak jarang, di antara orang-orang itu menjalin hubungan yang pragmatis. Hubungan pragmatis tentunya tak disadari oleh motivasi yang kuat untuk membangun hubungan kecuali hanya untuk memenuhi kepentingan sempitnya. Pada faktanya, tak sedikit orang yang tak mau memikirkan hubungan yang serius dengan komitmen yang kuat serta dengan tujuan yang lebih bermartabat.

Sayangnya, tak sedikit kasus menyatunya dua orang dalam pernikahan membangun hubungan dibangun tanpa diiringi kegiatan yang intensif untuk mengenal dan mengetahui latar belakang orang yang diajak berhubungan. Motivasi-motivasi instan dan pragmatis

menjadi latar belakang dilangsungkannya hubungan. Sebagai misal, motivasi untuk menyalurkan kebutuhan seksual secara cepat dalam kasus membangun hubungan pacaran dan pernikahan. Tanpa pemahaman dan pengetahuan, tanpa pegangan terhadap nilai-nilai dalam membangun relasi, seakan motivasi seksualitas menjadikan makna pernikahan menjadi menjijikkan. Bagi laki-laki, misalnya, kalau hanya sekadar hubungan seksual, bukankah hubungan singkat bisa dibangun hanya dengan mendatangi ke rumah bordir dengan sekian jumlah uang lalu memilih perempuan yang bisa diajak menyalurkan hasrat seksualnya, dimasukkan ke kamar, dan melakukan komunikasi hanya dengan alat kelamin dan merasa puas secara fisikal maupun psikologis?

Membangun hubungan yang lebih serius dan bermartabat tentunya tidak dapat diwakili dengan uang—Anda tidak boleh membeli orang agar orang itu mau berhubungan dengan Anda. Jika itu terjadi, sama halnya Anda membeli realitas, memaksa, atau menilai orang yang Anda ajak berhubungan dengan Anda. Sama halnya Anda menunjukkan ketidakmampuan untuk meyakinkan selain dengan uang, tidak ada kualitas kepribadian yang dapat Anda jadikan "modal" membangun hubungan.

Yang perlu diingat bahwa Anda akan membangun hubungan, sebaiknya mengandalkan kemampuan untuk berhubungan. Anda harus memahami arti pasangan (orang lain) bagi Anda dan bagi tujuan yang akan Anda bangun. Yang harus Anda persiapkan bukan hanya uang dan alat kelamin, melainkan kemampuan memahami dan memberi penjelasan pada pasangan Anda. Anda berhubungan dengan keseluruhan eksistensi Anda, bukan hanya dengan uang maupun organ-organ tubuh Anda, melainkan organ tubuh yang paling seksi, yaitu otak yang memungkinkan Anda mampu memahami hubungan yang akan Anda jalankan. Jadi, kualitas hubungan ditentukan oleh tujuannya. Jika tujuannya hanya untuk menyalurkan hal-hal yang remeh, hubungan itu pun menjadi remeh. Akan tetapi, jika tujuannya

adalah untuk mencapai suatu cita-cita yang lebih besar, itulah hubungan yang lebih agung. Pemahaman dan pengetahuan menjadi elemen penting bagi kesadaran membangun tujuan-tujuan hidup.

Erich Fromm merupakan psikolog yang barangkali paling menyarankan agar kita tak menjalani hubungan yang remeh. Hubungan baginya harus disandarkan pada kekuatan jiwa yang dihiasi dengan pengetahuan. Dalam pembukaan bukunya *The Art of Loving*, ia mengutip kata-kata pemikir zaman dulu untuk melihat hubungan antara "mencintai" dan "mengetahui". Ia mengutip Paracelcus yang mengatakan:

> "Siapa yang tak tahu apa pun, tak mencintai apa pun. Siapa yang tak melakukan apa pun, tidak memahami apa pun. Barangsiapa yang tak memahami apa pun, tidaklah berarti. Namun, siapa yang memahami juga mencintai, memerhatikan, melihat... Pengetahuan yang semakin luas terkandung dalam satu hal, semakin besarnya cinta...Siapa pun yang membayangkan bahwa semua buah masak pada saat yang sama, tidak ada bedanya dengan stroberi yang tak tahu apa pun tentang anggur."[84]

Jika kita mencintai kekasih kita, kita tentu memahaminya. Kita mengetahui keinginannya, demikian juga ketakutan-ketakutannya. Kita mencari penjelasan yang ilmiah dari semua bentuk obsesi dan gundah gulana. Kita akan mencari solusi bersama-sama dari segala ekspresi kebutuhan kemanusiaan kita (termasuk kebutuhan seks—tetapi bukan satu-satunya kebutuhan). Yakinkan juga bahwa yang kita cari bukanlah penyatuan fisik belaka, melainkan juga penyatuan emosional dan intelektual. Intelektualitas juga merupakan produk energi seksual. Intelektualitas Anda membuat energi seks Anda tidak seperti energi hewan yang hanya menuntut Anda melampiaskan kebutuhan biologis, tetapi membuat Anda seperti manusia (makhluk berakal) yang ingin menyatu dengan dunia.

---

84. Erich Fromm, *The art of Loving: Memaknai Hakikat Cinta*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005).

Pengetahuan menyatukan Anda dengan dunia—membuat Anda membawa kekasih memeluk kehidupan, nafsu Anda sungguh dalam dan bermakna kalau Anda menyetubuhi dunia. Insting cinta pada akhirnya harus kembali pada insting kehidupan dan penyatuan: *eros*! Penulis kira tak ada makhluk paling erotis di dunia ini kecuali intelektual, filsuf, sastrawan, dan pemberontak! Para penjaja tubuh yang tak berpikir, yang hanya jual tampang, penampilan, suara (lagu)—para artis-selebritis yang kegiatannya hanya menghibur dan bersenang-senang itu—tak lebih dari makhluk erotis berkualitas rendah yang layak dibuang ke tempat sampah peradaban comberan.

Oleh karenanya, wajar jika hubungan yang baik harus dimulai dengan perkenalan dan kebiasaan untuk saling mengetahui antara masing-masing pihak. Dalam hubungan pernikahan, misalnya, Anda seharusnya menikahi orang yang telah Anda kenal dan karena kenal itulah kecocokan dan ketidakcocokan akan dapat diidentifikasi. Sebagai sebuah hubungan yang akan dilangsungkan seumur hidup, mencari suami atau istri harus dilakukan dengan cara yang serius agar sebelum mengikatkan diri dalam "ikatan" mereka bisa mengetahui apakah pasangannya cocok atau tidak.

"Witing tresno jalaran soko kulino", begitulah kata-kata yang masih dapat kita ingat dari orangtua Jawa zaman dulu. Cinta berasal dari kebiasaan atau pengenalan yang berlangsung lama. Menurut penulis, inilah filsafat yang meskipun lahir dari masyarakat tradisional, tampaknya juga terkesan modern dan ilmiah untuk menjelaskan masalah yang sedang kita diskusikan.

Cinta dalam hubungan tak datang begitu saja. Cinta bukanlah suatu hal yang dapat diperoleh dalam waktu singkat. Mustahil untuk menyatukan orang-orang yang belum mengenal sebelumnya ke dalam hubungan yang intim dan penuh cinta. Justru, perasaan sayang (*tresno*) dibentuk karena kita telah menjalani hubungan

yang lama dan terbiasa mengenalnya. Kita mampu karena kita telah terbiasa (*kulino*).

Sebelum cinta datang, sebelum hubungan yang serius dibangun, dibutuhkan penyelaman atau pengenalan (ta'aruf), bukannya tiba-tiba dua orang dijodohkan tanpa tahu dan tanpa saling mengenal sebelumnya. Ada kisah yang terjadi di zaman orangtua dan kakek nenek kita dulu soal cinta. Pada zaman itu, cinta tidak dibangun dengan proses perkenalan, waktu itu tak ada pacaran. Jodoh tidak lahir karena upaya dari orang yang akan membangun hubungan. Hubungan hanyalah pernikahan, yang tidak didahului dengan proses perkenalan yang panjang. Tidak ada pilihan. Anak yang membangkang orangtua dalam perjodohan dianggap sebagai ketidakpantasan yang sangat luar biasa.

Bagi si perempuan yang dijodohkan oleh orangtuanya, tidak jarang di antara mereka yang pada akhirnya tetap tidak mau berhubungan. Mereka terpaksa lari dan ingin menjauh dari rumah. Silakan Anda baca prosa Kahlil Gibran yang berjudul "Wardah Hani". Seorang perempuan cantik bernama Wardah Hani bisa jadi tak bisa menolak pemaksaan yang dilakukan oleh orangtuanya untuk dijodohkan dengan seorang laki-laki kaya di desanya, Rasyid Bik. Siapakah laki-laki ini? Sebagaimana dikisahkan Gibran:

> "Rasyid Bik adalah lelaki yang baik hati dan berbudi mulia. Tetapi, seperti kebanyakan orang-orang kaya, ia cenderung tidak mau memahami sesuatu yang tersembunyi. Dan, terbuai pada yang tampak di depan mata. Ia tidak pernah mau mendengar simphoni jiwa, malah sibuk mendengarkan orang-orang di sekitarnya. Ia lebih suka mengarahkan gerak hatinya pada gebyar-gebyar harga diri, yang dapat membutakan mata hingga tidak dapat memandang rahasia kehidupan harga diri yang mengalihkan pandangan dari rahasia alam, pada kesenangan sementara."[85]

85. Kahlil Gibran, *Jiwa-Jiwa Pemberontak*, (Yogyakarta: Navila, 2001), hlm. 2—3.

Sebagaimana cerita itu, Rasyid Bik bukanlah orang yang jelek atau buruk secara kualitas, bahkan ia terpandang karena kekayaannya dan kedermawanannya. Akan tetapi, Wardah Hani dalam hati tetap tidak mau menjadi istri laki-laki itu. Paksaan orangtuanya untuk menikah dengan Rasyid Bik tidak ingin membuatnya terpisah dengan kekasihnya, seorang pemuda yang padanyalah ia telah lama mengenal dan menjalin hubungan. Namun, ketika perempuan cantik dan tidak materialistis ini menuruti paksaan orangtuanya, sesungguhnya ia benar-benar terpaksa. Tahukah bagaimana akhir dari kisah Wardah Hani ini?

Di malam pernikahannya, Wardah Hani melarikan diri dari pelaminan. Dia pergi ke tempat yang sepi yang di sana ia berjanji bertemu dengan kekasihnya dan kemudian keduanya melakukan tindakan yang tragis, yaitu bunuh diri bersama untuk menunjukkan bahwa mereka berdua tak dapat dipisahkan.

Wardah Hani bukan satu-satunya kisah tentang dua orang yang telah lama terbiasa bersama dan saling mencintai, lalu berusaha dipisahkan, dengan perlawanan yang dilakukan dengan bentuknya yang tragis. Bunuh diri bersama adalah bentuk perlawanan model cinta palsu yang hendak dipaksakan oleh orang lain. Anda juga pernah melihat dan mendengar kisah Romeo dan Juliet, bukan?

Ada jenis pemberontakan yang lain untuk melawan pemaksaan cinta dalam bentuk perlawanan yang lain. Bisa jadi seorang perempuan terpaksa menerima "jodoh" berupa laki-laki yang sebelumnya tidak dikenal dan berperilaku tidak menyenangkan. Mereka bisa jadi tetap mau bertahan untuk menjadi istri sang laki-laki, beberapa di antara mereka pada akhirnya bahagia, tetapi juga tidak sedikit yang mengalami ketidakbahagiaan atau ketersiksaan yang tiada tara.

Pada akhirnya, apa yang kita dapatkan dari suatu hubungan jika bukan untuk menyatukan kekuatan yang berbeda (laki-laki dan perempuan, manusia satu dengan lainnya, satu kelompok dengan

kelompok lainnya, seluruh umat manusia dan alam) menjadi suatu kekuatan untuk mengatasi kesulitan-kesulitan hidup dan untuk menciptakan harmoni dan keindahan kehidupan?

Untuk apa membangun hubungan jika justru malah menurunkan derajat kemanusiaan kita? Untuk apa berhubungan jika dalam hubungan itu kita berada dalam pihak yang didominasi dan tertindas?

Hubungan menentukan jenis komunikasi ataukah sebaliknya? Tergantung dari situasinya dan keduanya saling menentukan.

Hambatan komunikasi yang sering mengakibatkan keretakan hubungan atau dominasi suami terhadap istri antara lain disebabkan oleh jarak dan keterbatasan media untuk saling berkomunikasi atau mengetahui apa yang dilakukan di antara keduanya saat berjarak. Ambil contoh si laki-laki yang bekerja di luar rumah, baik di kantor atau tempat lain, seperti acara di rumah makan, hotel, luar kota, dan lain-lain, membuat laki-laki lebih banyak berinteraksi dengan banyak orang. Bertemu dengan banyak orang memungkinkan suami mendapatkan referensi-referensi baru, kesukaan-kesukaan, keinginan-keinginan baru, dan kenalan-kenalan baru.

Proses mengetahui hal-hal baru membuat setiap orang akan membanding-bandingkan antara apa yang lama diketahui dan yang baru diketahui. Maksud penulis, *to the point* saja, jika ternyata laki-laki berkenalan dengan perempuan yang secara kualitas lebih dari istrinya yang di rumah, ia akan tertarik dengan perempuan itu dan dari sinilah ia merasa bahwa istrinya yang di rumah banyak merasa kekurangan.

Ketika ia merasa yang berkuasa karena ia adalah sumber pendapatan utama dalam keluarga, ia mulai merasa bahwa dialah yang mengatur segalanya. Tidak perlu lagi diskusi dengan istri, memiliki agenda sendiri, dan bertindak di luar rumah yang tak perlu diketahui oleh pasangan (istri). Bahkan, ada kecenderungan belakangan sering berbohong. Keputusan sepihak dan tindakan

tanpa sepengetahuan istri semacam itu biasanya lebih terjadi secara akut bila otoritas suami lebih besar sejak awal karena kapasitas peran, pekerjaan, dan pengetahuan yang sama sekali tidak seimbang antara suami dan istri. "*Alah*, istrimu itu tidak tahu apa-apa, 'kan tinggal cari alasan bahwa kamu ada *meeting*, terus kamu bertemu dengan selingkuhanmu di hotel di luar kota... 'Kan tak ada yang tahu?" Begitu rayuan dari teman si suami yang juga tipe laki-laki curang dan suka serong. Artinya, kebanyakan ketidaksetiaan suami memang tak jarang yang dipicu oleh faktor dari luar, seperti terpengaruh teman kerja.

Jadi, dalam hal ini, meningkatkan kualitas diri Anda sebagai perempuan seperti mencari wawasan, keterampilan untuk mendapatkan kerja yang menghasilkan supaya tak tergantung pada laki-laki, memperluas pergaulan dan seluk-beluknya, serta mempelajari psikologi laki-laki akan menjadi modal bagi Anda untuk membangun hubungan yang bernama "pernikahan".

Bagi Anda kaum perempuan yang akan membangun bahtera rumah tangga dengan laki-laki, pastikan bahwa Anda mengetahui siapa calon pasangan hidup Anda. Anda harus mengetahui rekam jejaknya, sejarah hubungannya dengan perempuan-perempuan yang pernah menjadi pasangannya (pacarnya). Biasanya, kecenderungan psikologis, mental, watak, dan tindakan itu berpola oleh karena pengalaman masa lalu (masa kecil) yang membentuknya.

Bagi Anda yang sudah menjadi istri, jangan sampai Anda tidak mengetahui apa saja yang dikerjakan oleh suami Anda. Pun sebaliknya, suami juga harus tahu apa yang dikerjakan istrinya karena prinsip pengetahuan tentang hubungan sifatnya adalah pokok untuk menyehatkan hubungan. Bahkan, Anda harus tahu, misalnya, siapa teman akrabnya ketika di luar rumah atau di kantor—dan Anda juga perlu mengetahui latar belakang teman suami Anda. Watak dibentuk oleh pergaulan. Orang yang baik, jika berteman dengan orang buruk,

akan menjadi buruk juga. Bahkan, Anda perlu berkomunikasi dengan istri/pacar teman suami Anda, bagaimanakah hubungannya.

Kecuali, Anda memang tak bermasalah menjadi pelayan suami. Maka, apa pun yang dilakukan oleh suami, Anda tidak harus tahu. Namun, sekarang bukan lagi zaman kerajaan, ketika pernikahan adalah pelayanan perempuan pada laki-laki dan perempuan harus patuh pada apa pun diinginkan lelaki.

Umumnya, masih dipahami bahwa hubungan yang langgeng lahir dari kecocokkan. Masalahnya, apakah kecocokkan itu muncul karena adanya kesamaan atau perbedaan antara kita dan pasangan kita?

Orang-orang yang memiliki kesamaan biasanya tertarik satu sama lain. Penulis lebih setuju akan hal ini. Penulis tidak setuju pada mitos bahwa daya tarik akan muncul karena adanya perlawanan/perbedaan. Celakanya, penulis sering mendengar ungkapan bodoh seperti ini, "Seorang pria yang suka mendominasi dan seorang perempuan yang penurut biasanya akan cocok." Penulis lebih suka beberapa kawan yang mengatakan, "Kami cocok, kami menyukai hal-hal yang sama: sastra, musik metal, lukisan abstrak, dan pantai…."

Memang, tahap awal hubungan yang mengarah pada keintiman biasanya didominasi oleh dorongan untuk menekan perbedaan-perbedaan pribadi, sebagaimana tujuan penyatuan total mengabaikan perbedaan. Yang harus kita teliti dalam situasi ini adalah perasaan masing-masing pasangan pada fase ketika dorongan menuju keintiman terjadi. Cinta adalah gairah yang menyatukan dan seakan prioritas utama adalah proses penyatuan yang romantisasinya dipicu oleh suatu energi yang tak sulit dikenali, yaitu Erotika (Eros). Apalagi, kalau bukan gairah seksual.

Oleh karenanya, harus dipahami bahwa kecocokkan seksual itu punya watak melenakan. Ia didorong oleh energi yang berada di alam bawah sadar (Id) karena ia adalah libido dan, karenanya mendatangkan kenikmatan yang membuat alam kesadaran dan ketidaksadaran sulit

dibedakan. Maka, tidak heran jika ada ungkapan "cinta itu buta". Artinya, cinta membutakan karena membuat manusia tidak sadar dan terlena, menyatukan perbedaan dan mengabaikannya. Ungkapan itu berangkat dari konteks cinta yang menggairahkan dan romantis. Sayangnya, sifatnya hanya sementara.

Oleh karena itu, perasaan erotis dan intim yang berbau seksual membuat perbedaan atau ketidakcocokan yang mendasar kadang tidak disadari, dan akan muncul pada saat fase cinta romantis hilang. Maka, tidak heran awal hubungan pernikahan membuat orang bahagia, kebahagiaan yang didukung gairah seksual yang meledak-ledak.

Ada sebagian pengamat yang memandang bahwa cinta adalah "obat bius alami", sebagaimana dikatakan Anthony Walsh dalam *The Science of Love*.[86] Anggapan ini memandang bahwa pengalaman cinta memiliki landasan biologis tempat tubuh orang yang dilanda asmara secara harfiah dibanjiri oleh cairan kimia semacam *amfetamin*, seperti *dopamine*, *norepinephrine*, dan *phenylethylamine* (PEA). Efek nikmat obat-obatan ini, terutama PEA, tidak bertahan lama. Secara perlahan, tubuh akan membangun kekebalan terhadap mereka dan meminta dosis lebih untuk mendapatkan efek nikmat yang sama. Pada tingkat lanjut percintaan, otak mengeluarkan bahan kimia baru yang disebut *endorfin*—obat patirasa alamiah yang menenangkan Anda serta menciptakan perasaan aman dan tenteram. Bahkan, unsur kimia ini akan meredakan kita dari gairah yang menyala-nyala dan membuat hubungan menjadi lebih intim.

Kelemahan pendekatan biologis ini adalah anggapan bahwa proses pergeseran dari cinta romantis ke cinta yang matang tampak sebagai proses yang mulus dan sederhana, seolah cairan kimia otak dan tubuh membawa dari suatu tahap emosional ke tahap lainnya

86. Anthony Walsh, *The Science of Love: Understanding Love and Its Effects on Mind and Body*, (New York: Promotheus, 1991), hlm. 188.

secara otomatis. Dalam setiap hubungan jangka panjang, pasangan mungkin akan melewati periode tertentu yang tidak menyenangkan, diikuti dengan masa-masa menjemukan. Kita tak tahu apa yang terjadi pada kita secara kimiawi sepanjang berlangsungnya masa-masa sulit ini. Yang kita tahu, untuk menyelamatkan hubungan, kita harus siap menghadapi dan menerima perubahan-perubahan cinta.

Kita hidup dalam masyarakat yang tidak adil dan bias gender. Kebutuhan laki-laki untuk selingkuh dan serong—baik dengan perempuan pelacur kelas bawah maupun kelas atas—difasilitasi. Untuk perempuan, tidak difasilitasi karena hanya laki-lakilah yang seakan "wajar" jika berzina—sementara perempuan yang ingin cerai karena memang tidak betah dengan hubungan yang menindas dan tak berkualitas dalam pernikahannya, ia tak boleh cerai tanpa persetujuan si suami. Ketika si perempuan ketahuan lebih memilih laki-laki lain yang memang dicintainya, ia disebut perempuan "gatal", "jalang", atau tidak pantas melakukan hal itu. Seakan, mendua bagi laki-laki dianggap wajar, sementara perempuan yang tak pernah mendua dan lebih memilih dianggap terkutuk.

Kebutuhan laki-laki untuk selingkuh dengan kilat dapat difasilitasi di hotel-hotel, *massage*/panti pijat, bar-bar, *night club*, *barber shop*, salon-salon, *billiard center*, dan lokasi-lokasi lain. Langganannya adalah pria, bukan wanita. Hotel-hotel juga memfasilitasi laki-laki yang selingkuh dengan perempuan bukan pelacur dengan tidak menanyakan surat nikah ketika sepasang laki-laki perempuan *check-in*. Memang kebanyakan bisnis hotel memang mengandalkan pada konsumen yang berupa pasangan tidak sah menurut agama ini.

Maka, dari kisah di atas, penulis sebenarnya ingin menegaskan tesis yang tak terbantahkan bahwa lebih banyak laki-laki yang curang, serong, dan selingkuh daripada perempuan. Mengapa? Kondisi masyarakat yang bias gender memfasilitasi dan mendukung laki-laki

untuk serong, baik dari sudut pandang agama (poligami) maupun budaya, hingga dilihat dari aspek sosio-ekonomi.

Peluang suami untuk berkhianat, serong, atau selingkuh bukan hanya didukung oleh kemajuan kemajuan teknologi dan pengetahuan, tetapi juga disangga oleh warisan sejarah relasi gender yang timpang antara laki-laki dan perempuan. Perselingkuhan masih didominasi oleh inisiatif laki-laki dan pelaku selingkuh dalam keluarga juga kebanyakan adalah laki-laki.

Tentu hal ini tak lepas dari budaya poligamis, ketika perselingkuhan (mendua) diformalisasi dan dilegitimasi oleh agama dan budaya tradisional. Poligami mengizinkan suami untuk mendapatkan istri kedua, ketiga, dan keempat, sedangkan perempuan (istri) tidak boleh poliandri (bersuami lebih dari satu). Sedangkan, kisah istri/perempuan yang mendua di luar lembaga pernikahan biasanya akan mendapatkan stigma negatif, seperti sebutan sebagai "perempuan gatal", "ular betina", dan lain-lain.

Intinya adalah bahwa warisan sejarah feodal itu masihlah nyata dalam masyarakat kita. Apalagi, ditambah dengan peluang yang diciptakan oleh teknologi komunikasi seperti internet, telepon seluler, yang membuat hubungan antara satu orang dan lainnya menjadi mudah. Melalui fasilitas MiRC di internet kantor, seorang suami bisa dengan mudah mendapatkan kenalan baru melalui *chatting*, mengaku bahwa ia masih lajang dan akhirnya bertemu dengan perempuan kenalannya di dunia maya. Melalui telepon seluler, laki-laki juga bisa menyimpan nomor-nomor perempuan-perempuan yang juga disembunyikan dari istrinya.

Sebenarnya, perempuan juga memanfaatkan teknologi itu. Akan tetapi, mengingat bahwa posisi perempuan yang lebih terbatasi di dalam rumah, atau kalau dia bekerja di kantor, ia punya tanggung jawab di rumah, peluang untuk "selingkuh" tetap saja menguntungkan laki-laki. Kecuali, jika kita menganggap bahwa

sejarah memang harus diberikan pada laki-laki untuk mendominasi kehidupan, kita harus menggugat ketidakadilan ini.

Perselingkuhan juga semarak karena ada anggapan-anggapan salah yang dipegang oleh orang-orang yang sudah berpasangan maupun yang belum. Sejumlah asumsi yang membenarkan ketidaksetiaan itu antara lain adalah ungkapan-ungkapan yang didaftar oleh Janis Abrahms Spring, Ph.D, berikut ini:[87]

- "Perselingkuhan diizinkan sepanjang saya mencintai orang itu";
- "Perselingkuhan diizinkan sepanjang saya tidak mencintai orang itu";
- "Jika pasangan saya tidak tahu, ia tak akan merasa terluka";
- "Cinta semalam dan perselingkuhan singkat tidak akan merusak rumah tangga kami";
- "Hidup ini hanya sekali dan kita harus bahagia. Tidak ada masalah untuk mendapatkan sebagian kebahagiaan dari kekasih saya dan sebagian lagi dari pasangan saya";
- "Selingkuh membuat saya lebih bahagia dan orang yang bahagia akan menjadi pasangan yang lebih baik";
- "Perselingkuhan membuat saya puas tanpa menjadikan rumah tangga kami berantakan. Saya melakukannya demi anak-anak";
- "Orang tidak bisa dipaksa bermonogami";
- "Aku tidak bisa menolak dorongan hati";
- "Naluri biologisku adalah melakukan perzinaan";
- "Setiap orang adalah serigala";
- "Setiap pasangan punya rahasia";
- "Aku berhak untuk menyimpan rapat-rapat sebagian dari diriku dan tidak membukanya pada pasanganku";

87. Janis Abrahms Spring dan Michael Spring, *After The affair: Menyembuhkan Sakit Hati dan Membangun Kembali Kepercayaan Setelah Pasangan Berselingkuh*, (Jakarta: TransMedia, 2006), hlm. 41—42.

- "Pasanganku mungkin tahu bahwa aku berselingkuh, tetapi ia tak pernah mempersoalkan langsung denganku, tidak masalah asalkan aku tidak banyak lagak";
- "Aku tak harus mengorbankan kebutuhanku sendiri demi membahagiakan pasanganku atau membuatnya merasa aman";
- "Aku tak pernah berjanji untuk menjadi manusia sempurna"; dan
- "Jika aku mengabdikan diri sepenuhnya hanya pada satu orang, aku akan pasti tersiksa".

Perselingkuhan memiliki kadar yang berbeda. Perempuan (istri) juga memiliki persepsi yang berbeda tentang perselingkuhan yang dilakukan suaminya. Ini juga bisa untuk menjelaskan tingkat kecemburuan yang mereka miliki.

Ada perempuan yang cemburu habis-habisan hanya karena suaminya berduaan di sebuah ruangan dengan perempuan lain. Penulis mempunyai teman yang mengatakan pada penulis bahwa istrinya menuntut dan membuat aturan seperti ini, "Pokoknya kalau kamu ada di kantor, terus hanya ada satu perempuan di sana, dan tak ada orang lain, kamu harus menyuruh perempuan itu keluar atau kamu yang keluar. Kalau aku mendengar atau melihat kamu berdua, aku akan marah padamu."

Namun, juga ada perempuan yang bahkan seakan tak memiliki rasa cemburu. Bisa jadi ia tipe perempuan yang dewasa dan percaya pada suami atau pada kebanyakan orang. Bahkan, jangan kaget jika ada perempuan yang membiarkan suaminya "jajan" di luar. Dibiarkannya suaminya, dan ia hanya berkata, "Tidak apa-apa, toh dia juga akan pulang ke rumah dan kembali kepadaku dan anak-anak." Perempuan seperti ini tidak sedikit penulis jumpai di masyarakat. Masyarakat yang menurut penulis memang sudah menerima dominasi laki-laki, menerima bentuk ketidakadilan

sebagai kewajaran dan kenormalan. Pada faktanya, pemahaman semacam itu banyak dijumpai dalam keluarga yang pendidikannya kurang. Kurangnya pengetahuan dan patokan membuat hubungan dijalani dengan seadanya dan akomodatif terhadap kecurangan dan ketidakadilan dalam hubungan.

Perselingkuhan memang sulit sekali didefinisikan. Mungkin karena penilaian subjektif terhadap sesuatu tindakan masih menggejala. Masalahnya ini bukan hanya masalah pikiran, tapi juga perasaan, khususnya perasaan perempuan yang masih lemah dan kadang kelemahan ini membuat laki-laki begitu mudah mempermainkannya.

Berduaan di sebuah ruang saja disebut selingkuh? Berjalan bersama kemudian makan *bareng*, padahal pada saat makan membicarakan urusan kantor atau bisnis, apakah itu juga selingkuh? Semuanya tergantung pada perasaan si istri dan masing-masing istri berbeda penilaiannya. Bahkan, ada istri yang marah-marah dan menuduh suaminya seperti ini, "Kamu itu *nggak* punya perasaan, dan *nggak* perhatian sama aku sebagai istrimu, pada saat aku butuh kebersamaan, kamu *malah* "selingkuh" sama komputermu!"

Kelihatannya menggelikan sekali. Namun, apakah si istri yang salah ucap? Tentu saja tidak, dan tidak ada yang lucu dari perkataan emosional semacam itu. Hakikat hubungan adalah kebersamaan. Sayangnya, setiap orang juga bebas memilih dalam hubungan. Seandainya si istri menyatakan tuntutannya secara jelas dan gamblang bahwa malam itu ia mau ditemani tidur dan memohon agar suaminya jangan bekerja di depan komputer hingga larut malam, tentu kita akan melihat apakah si suami sudah sepakat apakah ia mau apa tidak (dengan argumen yang masuk akal tentunya). Akan tetapi, jika si istri tidak memintanya, dan tiba-tiba marah dan menuduh semacam itu, kita tak bisa menyalahkan si suami.

Intinya adalah komunikasi. Inilah elemen penting untuk membangun hubungan dan sekaligus dari komunikasi yang

dibangunlah suatu hubungan kita pelajari. Perselingkuhan semarak terjadi karena tidak ada komunikasi. Selingkuh adalah korupsi informasi sebagai elemen penting komunikasi. Elemen selingkuh adalah korupsi fakta dan manipulasi dengan kata-kata alias berbohong. Suami yang selingkuh umumnya adalah orang yang pandai sekali berbohong.

Berbohong bahwa dia sangat mencintai istrinya, tetapi dengan kekasih gelapnya ia mengatakan "Kamu lebih hebat dari istriku, sebenarnya aku sudah tak mencintainya lagi, tetapi apa boleh buat kami terlanjur menikah dan punya anak." Berbohong tentang apa yang dilakukannya di luar rumah atau saat tak bersama istrinya, berbohong tentang banyak hal untuk menutupi kecurangannya.

Jadi, perselingkuhan itu sebenarnya dapat dideteksi jika ada data-data dan informasi yang jelas. Kunci untuk mencegah perselingkuhan adalah komunikasi yang memungkinkan masing-masing pihak (suami dan istri) tahu apa yang diinginkan dan dilakukan. Pada pasangan kita, kita harus berani mengungkapkan keinginan kita, jangan munafik karena kemunafikan juga merupakan kebohongan. Kita harus tahu keinginan pasangan kita. Kita harus saling mengetahui apa tindakan dan kegiatan pasangan kita. Mengabaikan ini berarti membiarkan hubungan menjadi "liberal" karena liberalisme membuat masing-masing individu cenderung tidak menaati peraturan dan kesepakatan.

Padahal, pernikahan adalah ikatan dan sebaiknya dalam ikatan atau lembaga ada peraturan. Pernikahan pasangan modern yang berpendidikan biasanya diikuti dengan pembuatan aturan yang disepakati. Ketika menikah, suami istri membuat semacam kesepakatan yang nanti akan mengendalikan mereka berdua. Tindakan-tindakan dan kegiatan masing dievaluasi berdasarkan aturan itu—jika tak ada patokan (aturan) tak akan ada dasar untuk menilai apakah ada penyimpangan atau tidak.

Jadi, menurut penulis, yang dimaksud selingkuh adalah penyimpangan aturan itu. Misalnya, sudah jelas disepakati bahwa setiap keluar rumah harus meminta izin atau memberi informasi dan menunjukkan ada bukti atau saksi yang valid tentang kebenaran posisi di luar rumahnya. Misalnya, pada saat suami ke luar kota, harus dibuktikan dengan bukti-bukti, seperti tiket pesawat, bukti menginap, dan ada saksi (misalnya, teman kerja yang dipercaya istri), juga jenis-jenis aturan yang mengatur keseharian, bahkan aturan tentang kemungkinan terburuk dalam hubungan.

Masalahnya kalau tidak ada aturan yang disepakai di atas kertas, atau minimal kesepakatan dari diskusi dan obrolan (yang lebih baik dari tidak ada sama sekali kesepakatan), tidak akan jelas apakah suatu tindakan masing-masing serong atau tidak.

mr m

BAB V

Komunikasi Kelompok dan Komunikasi Organisasi

b r a

A. Pengertian Kelompok

Dalam Ilmu Sosiologi, kelompok pada umumnya didefinisikan sebagai dua atau lebih orang yang memiliki suatu identitas bersama dan yang berinteraksi secara reguler. Apa pun bentuknya, kelompok sosial terdiri dari orang-orang yang memiliki kesadaran keanggotaan yang sama yang didasarkan pada pengalaman, loyalitas, dan kepentingan yang sama. Singkatnya, mereka sadar tentang individualitas mereka, sebagai anggota kelompok sosial yang secara spesifik disadari sebagai "kita".

Namun, apakah keberadaan orang-orang yang bersatu dan berkumpul dapat disebut kelompok? Diperlukan persyaratan-persyaratan apakah suatu kumpulan individu-individu disebut sebagai kelompok, di antaranya adalah:

- Ada kesadaran dari anggota bahwa ia merupakan bagian kelompok tempat ia bersama;

- Ada hubungan timbal balik antara individu-individu yang menjadi bagian dari kelompok itu;
- Ada faktor yang dimiliki secara bersama oleh individu-indivudu anggota kelompok itu, yang menjadi pengikat antara mereka. Faktor ini berupa perasaan yang ditimbulkan oleh nilai-nilai, ideologi, norma, tujuan, maupun orang yang dianggap mampu menyatukan; dan
- Berstruktur, berkaidah, dan memiliki pola perilaku.

Beberapa definisi kelompok yang dibuat oleh para sosiolog, antara lain:

- Suatu kelompok meliputi dua atau lebih manusia yang di antara mereka terdapat beberapa pola interaksi yang dapat dipahami oleh para anggotanya atau orang lain secara keseluruhan (Joseph S. Roucek);
- Kelompok sosial adalah satu grup, yaitu sejumlah orang yang ada antara hubungan satu sama lain dan hubungan itu bersifat sebagai sebuah struktur (Mayor Polak); dan
- Kelompok merupakan suatu unit yang terdiri dari dua orang atau lebih, yang saling berinteraksi atau saling berkomunikasi (Wila Huky).

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kelompok menurut tinjauan Sosiologi adalah sekumpulan dua orang atau lebih yang saling berinteraksi dan terjadi hubungan timbal balik yang ia merasa menjadi bagian dari kelompok tersebut.

Kita bisa mencari tahu alasan manusia menyukai hidup berkelompok. Alasan yang paling mendasar adalah dorongan alamiah yang menunjukkan bahwa manusia sebagai makhluk hidup dan sebagai bagian dari alam, harus memenuhi kebutuhan-kebutuhannya, seperti makan minum, seks, tempat tinggal, selain juga kebutuhan eksistensial yang butuh diakui oleh orang lain. Selain itu, juga adanya hukum alam yang melingkupi kehidupan makhluk

hidup (manusia), yaitu adanya kontradiksi yang harus dihadapi dan insting kerja sama lahir dari situasi itu. Kenyataan-kenyataan penting yang dapat kita lihat dalam sejarah masyarakat adalah:

- Kebutuhan memenuhi kebutuhan hidup telah menyatukan manusia untuk bekerja sama mencari makanan secara berkelompok. Hal ini terjadi sejak manusia ada (zaman kuno) hingga zaman sekarang. Ketika mereka berburu, mereka butuh kerja sama dan pembagian tugas. Kemudian, hasilnya dipakai bersama-sama;
- Kerja sama dan dibutuhkannya ikatan kelompok juga disebabkan adanya ancaman dari luar manusia (kontradiksi) yang dihadapi. Saat mencari makanan masuk ke hutan, mereka akan menghadapi kontradiksi alam (seperti medan yang sulit, gangguan alam, seperti angin topan, tanah longsor, binatang buas, dan lain-lain). Saat mereka ingin berburu binatang sebagai makanan, juga belum tentu binatang itu mampu dihadapi oleh seorang diri. Masalah-masalah alamiah semacam itulah yang membuat manusia berkelompok, untuk memudahkan dalam menghadapi kontradiksi dan dialektika alam;
- Kebutuhan yang didorong oleh kebutuhan seksual, naluri yang inheren, dan menjadi bagian dari kehidupan, dilakukan dengan menjalin ikatan dengan lawan jenis, untuk mendapatkan kenikmatan dan meninggalkan penjara nafsu, serta untuk mencari keturunan. Dari situ muncul keluarga sebagai unit kelompok manusia. Keluarga ini akan saling bekerja sama untuk memenuhi kebutuhan hidup dan memelihara anak menuju kedewasaannya. Kegiatan-kegiatan keluarga ini membutuhkan kerja sama dan pembagian peran, dan yang paling penting adalah adanya tempat hunian bersama;
- Kemudian, juga ada nilai-nilai yang lahir dari interaksi antara orang-orang yang menjalin ikatan kelompok. Karena sering bersama, masing-masing individu awalnya saling

mempertukarkan nilai-nilai yang menyangkut pemahaman kontradiksi alam maupun pandangan etis terhadap kehidupan. Proses pertukaran makna ini akan menghasilkan diterimanya nilai yang dianggap paling mampu menjelaskan kebutuhan bersama. Nilai-nilai ini juga yang akan mengikat dan mengatur bagaimana mereka menjalankan ikatan;

- Ada pula kekuatan pengikat selain nilai, yaitu otoritas yang lahir dari nilai dan kesepakatan bersama. Otoritas ini diwakilkan oleh seorang tokoh yang dianggap paham dan bisa dijadikan sumber bagi nilai-nilai yang ada pada masyarakat. Sejak zaman kuno, manusia yang dianggap paling menonjol dan mampu memberikan penjelasan kognitif dan psikologis bagi para anggotanya, selalu akan dianggap sebagai tokoh, biasanya kepala suku. Kemampuannya meramalkan apa yang akan terjadi, musim, cuaca, dan tindakan kelompok yang harus dilakukan, akan dipercaya sebagai kepala suku atau pimpinan komunitas. Pimpinan kelompok inilah yang akan menjadi pengikat para anggotanya dan menyatukan orang-orang yang ada dalam kelompok tersebut.

B. Pengertian Komunikasi Kelompok

Umumnya, disepakati bahwa jika jumlah pelaku komunikasi lebih dari tiga orang, cenderung dianggap komunikasi kelompok kecil atau lazim disebut komunikasi kelompok saja. Sedangkan, komunikasi kelompok besar biasa disebut sebagai komunikasi publik atau komunikasi massa. Jumlah manusia pelaku komunikasi dalam komunikasi kelompok, besar atau kecilnya, tidak ditentukan secara matematis, tetapi tergantung pada ikatan emosional antar-anggotanya.

Dalam komunikasi kelompok, komunikator relatif mengenal komunikan, dan demikian juga antarkomunikan. Bentuk

komunikasi kelompok kecil, misalnya pertemuan, rapat, dan lain-lain. Komunikasi kelompok kecil pasti melibatkan komunikasi antarpribadi sehingga teori komunikasi antarpribadi juga berlaku di sini. Umpan balik yang dapat diterima dengan segera menentukan penyampaian pesan berikutnya. Namun, pesan relatif lebih terstruktur daripada komunikasi antarpribadi, bersifat formal maupun informal. Komunikasi kelompok sering kita temui dalam keluarga, tetangga, teman dan kerabat, atau kelompok diskusi. Komunikasi kelompok dapat terjadi di dalam kelompok dan juga antar-kelompok.

Sekelompok orang yang menjadi komunikan itu bisa sedikit, bisa juga banyak. Jika jumlah orang dalam kelompok itu sedikit, berarti kelompok itu kecil. Maka, komunikasi yang terjadi disebut sebagai komunikasi kelompok kecil (*small group communication*). Jika jumlahnya banyak, yang berarti kelompoknya besar, dinamakan komunikasi kelompok besar (*large group communication*).

Komunikasi kelompok kecil adalah komunikasi yang ditujukan kepada kognisi komunikan, misalnya dalam kuliah, ceramah, diskusi, seminar, rapat, dan lain-lainnya. Dalam komunikasi ini, logika berpikir memiliki peranan yang sangat penting. Komunikan dapat menilai logis dan tidaknya uraian komunikator. Prosesnya juga terjadi secara dialogis, tidak linear, tetapi sirkular. Dalam proses ini, terjadi umpan balik karena komunikan dapat menanggapi uraian yang disampaikan komunikator, boleh bertanya jika tidak mengerti, serta dapat menyanggah jika tidak setuju.

Sedangkan, komunikasi kelompok besar lebih cenderung ditujukan pada afeksi (perasaan) komunikan, jadi tidak pada pikiran logis komunikan, misalnya rapat raksasa di lapangan. Rapat yang dibanjiri oleh massa dengan semangat meluap dan ingin mendengarkan orasi seorang tokoh yang diidolakan yang diharapkan akan memberikan semangat. Dalam sejarah Indonesia, rapat akbar yang paling khidmat dan memberikan afeksi luar biasa pada rakyat

dan kaum muda adalah Rapat Akbar di Lapangan Ikada, Jakarta, yang dilaksanakan pada 19 September 1945.

Sejak subuh, rakyat yang sudah yakin akan diadakan rapat raksasa tersebut berduyun-duyun mendatangi Lapangan Ikada dan berkumpul membentuk kesatuan massa yang amat besar. Untuk menenangkan massa rakyat ini, pihak Pemuda-Mahasiswa mengajak bernyanyi. Atas usaha panitia, telah siap sistem pengeras suara yang cukup memadai, ambulans, kalau-kalau diperlukan pertolongan medis, dokumentasi yang dilaksanakan oleh juru foto dari kelompok ikatan jurnalistik profesional maupun amatir serta kamerawan Berita Film Indonesia (BFI).

Ternyata, Presiden Soekarno hanya berbicara tidak lebih dari lima menit lamanya. Isinya, "Percayalah rakyat kepada Pemerintah RI. Kalau saudara-saudara memang percaya kepada Pemerintah Republik yang akan mempertahankan Proklamasi Kemerdekaan itu, walaupun dada kami akan dirobek-robek, maka kami tetap akan mempertahankan Negara Republik Indonesia. Maka, berilah kepercayaan itu kepada kami dengan cara tunduk kepada perintah-perintah dan tunduk kepada disiplin."

Itu adalah contoh komunikasi kelompok besar. Salah satu ciri lainnya adalah komunikan yang bersifat heterogen, berbeda dengan kelompok kecil yang homogen. Massa yang mendatangi Lapangan Ikada adalah barisan pejuang dan kalangan rakyat dari berbagai suku, agama, dan usia yang berbeda. Proses komunikasi dalam komunikasi kelompok besar bersifat linear, satu arah, tidak seperti dalam komunikasi kelompok kecil.

C. Komunikasi Organisasi

Organisasi adalah bentuk kelompok karena di dalamnya ada orang-orang yang berkumpul. Organisasi didefinisikan sebagai suatu kumpulan atau sistem individual yang melalui suatu hierarki/jenjang

dan pembagian kerja, berupaya mencapai tujuan yang ditetapkan. Istilah "organisasi" berasal dari bahasa Latin *organizare*, yang secara harfiah berarti 'paduan dari bagian-bagian yang satu sama lainnya saling bergantung'. Di antara para ahli, ada yang menyebut paduan itu sebagai "sistem", ada juga yang menamakannya "sarana".

Dari batasan tersebut, dapat digambarkan bahwa organisasi memiliki unsur-unsur dasar yang membentuk suatu keberadaannya, antara lain:

- Anggota organisasi, yaitu orang-orang yang melaksanakan pekerjaan organisasi, membentuk organisasi, serta terlibat dalam beberapa kegiatan pokok. Orang-orang ini juga terlibat dalam kegiatan pemikiran-pemikiran yang meliputi konsep-konsep, penggunaan bahasa, pemecahan masalah, dan pembentukan gagasan. Mereka juga terlibat dalam kegiatan-kegiatan perasaan yang mencakup emosi, keinginan, dan aspek-aspek perilaku manusia lainnya yang bukan aspek intelektual. Mereka juga terlibat dalam kegiatan *self-moving* (mencakup kegiatan fisik) dan pekerjaan teknis;
- Pekerjaan dalam organisasi, yang terdiri dari tugas-tugas formal dan tugas-tugas informal. Tugas-tugas ini menghasilkan produk dan memberikan pelayanan organisasi. Pembagian kerja dan tugas merupakan bagian penting dalam organisasi;
- Praktik-praktik pengelolaan (*management*), yaitu bahwa tujuan primer pegawai manajerial adalah menyelesaikan pekerjaan melalui usaha orang lainnya. Manajer membuat keputusan mengenai bagaimana orang-orang lainnya, biasanya bawahan mereka menggunakan sumber daya yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan mereka. Sebagian manajer membawahi para pekerja yang beroperasi dan sebagian lainnya membawahi manajer-manajer lainnya;
- Stuktur organisasi, yaitu merujuk kepada hubungan-hubungan antara tugas-tugas yang dilaksanakan oleh anggota-anggota

organisasi. Struktur organisasi ditentukan oleh tiga variabel kunci: kompleksitas, formalisasi, dan sentralisasi; serta

- Pedoman organisasi, yaitu serangkaian pernyataan yang memengaruhi, mengendalikan, dan memberi arahan bagi anggota organisasi dalam mengambil keputusan dan tindakan. Pedoman organisasi terdiri atas pernyataan-pernyataan, seperti cita-cita, misi, tujuan, strategi, kebijakan, prosedur, dan aturan.

1. Definisi dan Fungsi Komunikasi Organisasi

Dalam konteks komunikasi, peran dan tanggung jawab organisasi diteliti, terutama berkenaan dengan bentuk-bentuk formal dari perilaku organisasi, yang meliputi spesifikasi dan determinasi peran-peran, rekrutmen (seleksi dan promosi) orang-orang yang mendukung peran (*desired behaviour*), dan perkembangan organisasi.

Tidak ada yang meragukan bahwa proses komunikasi organisasi tergantung pada jaringan komunikasi (*communication network*) yang dibuatnya. Jaringan komunikasi merupakan struktur hubungan antarindividu, bagian-bagian (*devisions, units*), dan kelompok (*clique*) dalam satu organisasi yang menunjukkan struktur kekuasaan, kekuatan, pengaruh, kewenangan, dan otoritas dalam organisasi. Fungsi penting komunikasi organisasi, menurut Brent D. RaRuben, antara lain:

- Mengoordinasikan aktivitas individu, kelompok, atau unit-unit lain dalam organisasi;
- Memberikan pengarahan organisasi secara keseluruhan;
- Memfasilitasi pertukaran informasi dalam organisasi; dan
- Menjamin adanya arus timbal balik (*two-way flow information*) antara organisasi dan lingkungan eksternal (luar) organisasi.[88]

88. Brent D. RaRuben, *Communication and Behavior*, (New York: MacMillan Publishing Company, 1988), hlm. 364.

Secara umum, fungsi komunikasi dalam organisasi adalah sebagai berikut:

- Fungsi informatif: organisasi merupakan suatu sistem pemrosesan informasi tempat seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik, dan tepat waktu. Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti. Orang-orang dalam tataran manajemen (para manajer, konseptor, dan lain-lain) membutuhkan informasi untuk membuat suatu kebijakan organisasi (*decision making*) dan untuk mengatasi konflik yang terjadi di dalam organisasi (*conflict management*). Sedangkan, karyawan (bawahan) membutuhkan informasi untuk melaksanakan pekerjaan, di samping itu juga informasi tentang jaminan keamanan, jaminan sosial dan kesehatan, izin cuti, dan sebagainya;
- Fungsi regulatif: fungsi ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Terdapat dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif, yaitu:
  - Berkaitan dengan orang-orang yang berada dalam tataran manajemen, yaitu mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan. Juga, memberi perintah atau instruksi supaya perintah-perintahnya dilaksanakan sebagaimana semestinya; dan
  - Berkaitan dengan pesan. Pesan-pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja. Artinya, bawahan membutuhkan kepastian peraturan tentang pekerjaan yang boleh dan tidak boleh untuk dilaksanakan.
- Fungsi persuasif. Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Maka, tugas pimpinan adalah untuk memersuasi bawahannya daripada memberi perintah. Sebab, pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan

kepedulian yang lebih besar dibandingkan jika pimpinan sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya;

- Fungsi integratif. Setiap organisasi berusaha menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. Ada dua saluran komunikasi yang dapat mewujudkan hal tersebut, yaitu:
  - Saluran komunikasi formal, seperti penerbitan khusus dalam organisasi tersebut (buletin, surat kabar) dan laporan kemajuan organisasi; dan
  - Saluran komunikasi informal, seperti perbincangan antar-pribadi selama masa istirahat kerja, pertandingan olahraga, ataupun kegiatan darmawisata. Pelaksanaan aktivitas ini akan menumbuhkan keinginan untuk berpartisipasi yang lebih besar dalam diri karyawan terhadap organisasi.

Komunikasi juga berkaitan dengan kontrol terhadap organisasi. Persoalan ini menjadi perhatian dalam komunikasi organisasi, terutama berkenaan dengan pertanyaan bagaimana organisasi dikembangkan atau diarahkan. Dengan menggunakan pendekatan manajemen, dapat diketahui bahwa organisasi memiliki mekanisme-mekanisme tertentu dalam melakukan perencanaan (*planning*), pengambilan keputusan (*decision making*), kontrol (*controlling*), *monitoring* (pengawasan), *coordinating* (koordinasi), dan *evaluating* (evaluasi).

Selain itu, juga harus dilihat terjadinya suatu proses dinamis ketika pesan-pesan secara tetap dan berkesinambungan diciptakan, ditampilkan, dan dinterpretasikan yang hidup dan berkembang dalam sebuah organisasi. Aliran komunikasi organisasi berfungsi mengetahui bagaimana informasi itu terdistribusikan kepada anggota-anggota organisasi, bagaimana pola-pola distribusinya, dan bagaimana orang-orang terlibat dalam proses penyebaran informasi itu dalam sebuah organisasi.

Aliran komunikasi organisasi berpengaruh terhadap efektivitas organisasi, baik dalam kaitannya dengan hubungan-hubungan ataupun pula dalam pelaksanaan dan pencapaian tujuan organisasi. Lancar tidaknya aliran komunikasi organisasi ditentukan oleh iklim komunikasi.

Iklim komunikasi merupakan suatu citra makro, abstrak, dan gabungan suatu fenomena global yang disebut "komunikasi organisasi". Iklim komunikasi diasumsikan berkembang dari interaksi antara sifat-sifat suatu organisasi dan persepsi individu atas sifat-sifat itu. Iklim dipandang sebagai suatu kualitas pengalaman subjektif yang berasal dari persepsi atas karakter-karakter yang relatif langgeng pada organisasi.

Iklim komunikasi organisasi terdiri dari persepsi-persepsi atas unsur-unsur organisasi dan pengaruh unsur-unsur tersebut terhadap komunikasi. Pengaruh ini didefinisikan, disepakati, dikembangkan, dan dikukuhkan secara berkesinambugan dengan anggota organisasi lainya. Pengaruh ini menghasilkan pedoman bagi keputusan-keputusan dan tindakan-tindakan individu, serta memengaruhi pesan-pesan mengenai organisasi.

2. Sifat Aliran Informasi

Komunikasi organisasi memiliki aliran informasi yang mungkin berbeda dengan aliran informasi yang terjadi dalam komunikasi pada bentuk lainnya. Menurut Guetzkow (1964), aliran informasi (penyebaran pesan) dalam organisasi dapat terjadi dalam tiga cara:[89]

- Serentak, yaitu proses penyebaran informasi (pesan) yang disampaikan secara bersamaan dalam suatu waktu dengan objek sasaran yang banyak (lebih dari satu orang, bukan proses diadik).

89. H. Guetzkow, "Communication in Organization", dalam J.G. Much (ed.). *Handbooks of Organization*, (Chicago: Rand McNally, 1965).

Misalnya, bentuknya berupa memo, pertemuan, rapat (akbar), televisi, atau telekonferensi (penyampaian pesan bermedia).

Keuntungannya adalah bisa berjalan cepat, mudah diakses pada saat bersamaan, berhubungan dengan banyak sasaran orang, informasi terbuka, dan biasanya dipergunakan oleh organisasi besar. Sedangkan, kerugiannya antara lain bahwa tidak dapat menyebarkan informasi yang sifatnya rahasia. Model aliran informasi semacam ini biasanya digunakan oleh organisasi publik atau organisasi yang memiliki jaringan kerja yang luas;

- Berurutan, yaitu proses penyebaran informasi/pesan secara diadik (merupakan bentuk komunikasi yang utama), dengan pola "siapa berbicara kepada siapa". Informasi disampaikan secara berurutan dari satu orang ke orang lain secara tidak bersamaan. Bentuknya adalah komunikasi antarpersonel, model jaringan sel, dan lain-lain. Keuntungannya adalah menjamin kerahasiaan informasi, juga bisa lebih mendekatkan hubungan antar-anggota.

  Kerugiannya, informasi berjalan lambat, memungkinkan terjadinya bias atau distorsi informasi (multi-persepsi dan multi-interpretasi). Bentuk aliran informasi berurutan sangat efektif untuk organisasi yang bersifat politis, ideologis, rahasia, dan militer. Ataupun, untuk suatu kebijakan organisasi yang sifatnya tertutup, rahasia, dan strategis. Untuk itu, dibutuhkan kemampuan akurasi penyampaian pesan, daya ingat yang baik, dan disiplin yang tinggi; dan

- Serentak-Berurutan, yaitu kombinasi kedua pola aliran yang telah disebutkan sebelumnya.

3. Arah Aliran Informasi

Sedangkan, berdasarkan arah aliran informasinya, komunikasi dalam organisasi dibagi menjadi dua, yaitu:

a. Komunikasi ke Bawah (*Downward*)
   Komunikasi ke bawah adalah informasi mengalir dari jabatan berotoritas lebih tinggi kepada mereka yang berotoritas lebih rendah. Informasi yang biasa dikomunikasikan dengan cara ini, misalnya:
   - Mengenai bagaimana melakukan pekerjaan;
   - Mengenai dasar pemikiran untuk melakukan pekerjaan;
   - Mengenai kebijakan dan praktik organisasi;
   - Informasi kinerja pegawai; dan
   - Informasi untuk mengembangkan rasa memiliki tugas (*sense of mission*).

   Metode yang digunakan dalam menyampaikan pesan biasanya adalah melalui:
   - Tulisan: efektif dilakukan dalam situasi bila diperlukan informasi untuk tindakan yang akan datang, informasinya umum, dan tidak diperlukan kontak pribadi;
   - Lisan: efektif dilakukan dalam situasi yang membutuhkan teguran dan mendamaikan perselisihan;
   - Lisan diikuti tulisan: efektif dilakukan dalam situasi yang membutuhkan tindakan segera, tetapi kemudian diikuti tindak lanjutnya yang bersifat umum, perlu pendokumentasian; dan
   - Tulisan diikuti lisan: dinilai tidak cukup efektif untuk setiap situasi.

   Adapun kriteria memilih metode penyampaian informasi kepada pegawai, antara lain:
   - Ketersediaan informasi;

- Biaya;
- Pengaruh;
- Relevansi (dengan tujuan);
- Respons; dan
- Keahlian (yang sesuai dengan kemampuan pengirim).

b. Komunikasi ke Atas (*Upward*)

Komunikasi ke atas dalam organisasi merupakan jenis informasi yang mengalir dari tingkat yang lebih rendah (bawahan) ke tingkat yang lebih tinggi (atasan). Hal ini penting dalam berbagai kegunaan, antara lain:

- Informasi bagi pembuatan keputusan;
- Memberi informasi bagi atasan kapan bawahan siap menerima informasi dari mereka dan seberapa baik bawahan menerima apa yang dikatakan kepada mereka;
- Mendorong keterbukaan komunikasi tentang keluh kesah, kritik muncul ke permukaan sehingga atasan tahu apa yang mengganggu dan menghambat kerja mereka;
- Menumbuhkan apresiasi dan loyalitas kepada organisasi dengan memberi kesempatan kepada pegawai untuk mengajukan pertanyaan dan memberi masukan, usulan, gagasan, dan saran;
- Memberi informasi pada atasan apakah bawahan memahami apa yang diharapkan dari aliran informasi ke bawah; dan
- Membantu pegawai mengatasi masalah pekerjaan mereka dan memperkuat keterlibatan mereka dengan pekerjaan dan organisasi.

Yang dikomunikasikan dalam komunikasi ke atas dalam sebuah organisasi biasanya, antara lain:

- Informasi tentang apa yang telah dilakukan bawahan, seperti prestasi, kemajuan, dan rencana yang akan datang;

- Persoalan pekerjaan yang dihadapi yang belum terpecahkan dan membutuhkan bantuan penyelesaian;
- Memberikan saran dan gagasan untuk perbaikan pada organisasi; dan
- Mengungkapkan bagaimana perasaan, pikiran bawahan tentang pekerjaan mereka, rekan kerja mereka, dan kondisi organisasi.

Berdasarkan pengalaman dalam dinamika organisasi, umumnya komunikasi ke atas sulit dilakukan. Kondisi-kondisi yang menyebabkannya, antara lain:

- Adanya kecenderungan bagi bawahan untuk menyembunyikan pikiran mereka, mungkin karena anggapan bahwa mereka hanyalah bawahan yang harus menuruti atasan. Apalagi, dalam situasi organisasi yang jika bawahan berulah, terjadi pemecatan. Hal ini menyebabkan bawahan tak berani menyampaikan pesannya ke atasan;
- Adanya perasaan di kalangan bawahan bahwa atasan tidak tertarik pada permasalahan bawahan. Apalagi, umumnya atasan menganggap bahwa bawahan adalah kalangan yang secara intelektual lebih rendah dengan mereka;
- Kurangnya penghargaan dan apresiasi bagi komunikasi ke atas yang dilakukan oleh bawahan/karyawan; dan
- Perasaan bahwa atasan tidak dapat dihubungi dan tidak tanggap pada apa yang disampaikan pegawai.

Agar efektif dan dapat memenuhi tujuan organisasi, komunikasi ke atas harus dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip, antara lain:

- Program komunikasi ke atas yang efektif harus direncanakan dan didorong atau dirangsang agar tetap muncul dan tersampaikan;

- Program komunikasi ke atas yang efektif berlangsung secara berkesinambungan;
- Program komunikasi ke atas yang efektif menggunakan saluran rutin;
- Program komunikasi ke atas yang efektif menitikberatkan kepekaan dan penerimaan dalam pemasukan gagasan dari tingkat yang lebih rendah;
- Program komunikasi ke atas yang efektif mencakup mendengarkan secara objektif;
- Program komunikasi ke atas yang efektif mencakup tindakan untuk menanggapi masalah; dan
- Program komunikasi ke atas yang efektif menggunakan berbagai media dan metode untuk meningkatkan aliran informasi.

c. Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal merupakan komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih yang posisinya setara. Dalam organisasi, komunikasi horizontal berarti terdiri dari penyampaian informasi di antara rekan sejawat dalam unit kerja yang sama. Unit kerja meliputi individu-individu yang ditempatkan pada tingkat otoritas yang sama dalam organisasi dan mempuyai atasan yang sama.

Tujuan komunikasi horizontal adalah:

- Untuk mengoordinasikan penugasan kerja;
- Berbagi informasi mengenai rencana dan kegiatan;
- Untuk memecahkan masalah;
- Untuk memperoleh pemahaman bersama;
- Untuk mendamaikan, berunding, dan menengahi perbedaan; dan
- Untuk menumbuhkan dukungan antar-persona.

Bentuk komunikasi horizontal yang paling umum mencakup semua jenis kontak antar-persona. Bahkan, bentuk komunikasi horizontal tertulis cenderung menjadi lebih lazim. Komunikasi horizontal paling sering terjadi dalam rapat komisi, interaksi pribadi, selama waktu istirahat, obrolan di telepon, memo dan catatan, kegiatan sosial, dan lingkaran kualitas.

d. Komunikasi Lintas Saluran
Komunikasi lintas saluran merupakan penyampaian informasi rekan sejawat yang melewati batas-batas fungsional dengan individu yang tidak menduduki posisi atasan maupun bawahan mereka. Mereka melintasi jalur fungsional dan berkomunikasi dengan orang-orang yang diawasi dan yang mengawasi, tetapi bukan atasan ataupun bawahan mereka. Mereka tidak melewati otoritas lini untuk mengarahkan orang-orang yang berkomunikasi dengan mereka dan terutama harus mempromosikan gagasan-gagasan mereka. Namun, mereka memiliki mobilitas tinggi dalam organisasi. Mereka dapat mengunjungi bagian lain atau meninggalkan kantor mereka hanya untuk terlibat dalam komunikasi informal.

e. Komunikasi Informal, Pribadi, atau Selentingan
Informasi informal muncul bukan dari sumber-sumber formal. Itu kejadian yang sering terjadi. Informasi informal juga sering muncul justru karena jarang terjadi atau dilakukan komunikasi formal dalam sebuah organisasi. Minimnya komunikasi formal sebenarnya menunjukkan bahwa eksistensi organisasi sedang terancam.

Penulis melihat bahwa tanda-tanda organisasi politik (partai politik) yang mendekati kehancuran salah satunya dapat dilihat tidak adanya ajang untuk berkomunikasi, misalnya tidak adanya rapat konsolidasi, tidak ada terbitan, dan pesan-pesan

yang dipertukarkan sepertinya tidak jelas dan justru terjadi kesalahpahaman di antara para pengurus dan anggota partai.

Informasi informal/personal ini muncul dari interaksi di antara orang-orang. Informasi ini tampaknya mengalir dengan arah yang tidak dapat diduga dan jaringannya digolongkan sebagai selentingan. Informasi yang mengalir sepanjang jaringan kerja selentingan terlihat berubah-ubah dan tersembunyi. Dalam istilah komunikasi, selentingan digambarkan sebagai metode penyampaian laporan rahasia tentang orang-orang dan peristiwa yang tidak mengalir melalui saluran perusahaan yang formal. Informasi yang diperoleh melalui selentingan lebih memerhatikan apa yang dikatakan atau didengar oleh seseorang daripada apa yang dikeluarkan oleh pemegang kekuasaan.

BAB VI

Komunikasi Massa

b r a

Komunikasi massa adalah salah satu konteks komunikasi antar-manusia yang sangat besar peranannya dalam perubahan sosial atau masyarakat. Sebagai salah satu konteks komunikasi, komunikasi massa adalah komunikasi antarmanusia yang memanfaatkan media (massa) sebagai alat komunikasi.

Komunikasi massa tak dapat dilepaskan dari media massa dan massa sebagai kumpulan masyarakat yang jumlahnya banyak. Oleh karena itulah, peranan media massa sebagai penyalur pesan dan informasi menjadi objek kajian yang tak terhindarkan. Komunikasi massa melibatkan jumlah komunikan yang banyak, tersebar dalam area geografis yang luas, namun punya perhatian dan minat terhadap isu yang sama. Oleh karena itu, agar pesan dapat diterima serentak pada waktu yang sama, digunakan media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, atau televisi.

Dalam tataran komunikasi ini, komunikator dan komunikan serta antarkomunikan relatif tidak saling kenal secara pribadi, anonim, dan sangat heterogen. Komunikator dapat berbentuk organisasi

(misal, tim redaksi media atau lembaga swadaya masyarakat/LSM yang menyatakan protes terhadap sesuatu). Pesan-pesannya yang disampaikan bersifat umum, disampaikan secara serentak dan sangat terstruktur.

Dalam komunikasi massa, umpan balik relatif tidak ada atau bersifat tunda. Hal ini terjadi karena banyaknya jumlah massa dan media komunikasi yang membutuhkan proses persiapan dan teknik penyampaian pesan. Komunikator cenderung sulit mengetahui umpan balik komunikan dengan segera. Untuk mengetahuinya, biasanya harus dilakukan survei atau penelitian. Di dalam komunikasi massa, terjadi pula komunikasi organisasi, komunikasi kelompok besar ataupun kecil, komunikasi antarpribadi, dan komunikasi intrapribadi.

A. Definisi Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah suatu proses tempat suatu organisasi yang kompleks dengan bantuan satu atau lebih mesin memproduksi dan mengirimkan pesan kepada khalayak yang besar, heterogen, dan tersebar.

Komunikasi massa dibedakan dengan jenis komunikasi lainnya karena komunikasi massa dialamatkan kepada sejumlah populasi dari berbagai kelompok dan bukan hanya satu atau beberapa individu atau sebagian khusus dari populasi. Komunikasi massa juga mempunyai anggapan tersirat akan adanya alat-alat khusus untuk menyampaikan komunikasi agar komunikasi itu dapat mencapai pada saat yang sama semua orang yang mewakili berbagai lapisan sosial.

Dengan merangkum definisi-definisi yang diberikan oleh para ahli, Jalaluddin Rakhmat mengartikan komunikasi massa sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik

sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.[90]

Jika disederhanakan, karakter komunikasi, antara lain:

- Dilakukan oleh institusi sosial (lembaga media/pers). Media dan masyarakat saling memberi pengaruh/interaksi. Dia adalah komunikator melembaga (*Institutionalized Communicator*) atau komunikator kolektif (*Collective Communicator*) karena media massa adalah lembaga sosial, bukan orang per orang;
- Umumnya bersifat satu arah, yaitu informasi yang disampaikan media massa kepada masyarakat. Meskipun kadang ada ruang untuk memberikan tanggapan (*feed-back*), hal itu jarang dan hanya sebagian kecil saja dari proses komunikasi yang ada. Contohnya adalah masyarakat boleh mengirimkan komentar terhadap isu yang sedang dibahas oleh sebuah acara dialog politik, bahkan bisa bicara lewat telepon. Contoh lain, ada ruang pembaca di rubrik koran yang merupakan ruang untuk pembaca yang ingin menyampaikan pikirannya;
- Umpan Balik Tertunda (*Delayed Feedback*) atau Tidak Langsung (*Indirect Feedback*): respons audiens atau pembaca tidak langsung diketahui seperti pada komunikasi antarpribadi;
- Selalu ada proses seleksi—media memilih khalayak. Artinya, media tak mungkin memberitakan semua peristiwa yang terjadi dalam masyarakat. Ia akan memilih apa yang akan disuguhkan sebagai pesan dan informasi;
- Pesan bersifat umum, universal, dan ditujukan kepada orang banyak dan khalayak luas. Jangkauannya luas karena media yang dibuat juga diperuntukkan secara teknologis untuk menjangkau masyarakat luas dan massa;

90. Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 189.

- Menimbulkan keserempakan (*simultaneous*) dan keserentakan (*instantaneos*) penerimaan oleh massa;
- Komunikan bersifat anonim dan heterogen, tidak saling kenal, dan terdiri dari pribadi-pribadi dengan berbagai karakter, beragam latar belakang sosial, budaya, agama, usia, dan pendidikan; dan
- Membidik sasaran tertentu, segmentasi. Artinya, di kalangan khalayak dan massa dipilih kalangan tertentu sebagai komunikannya dan penerima pesannya, tetapi jumlahnya tetap banyak.

McQuail menyebut ciri utama komunikasi massa dari segi-segi berikut ini:[91]

- Sumber: bukan satu orang, melainkan organisasi formal, pengirimnya sering merupakan komunikator profesional;
- Pesan: beragam, dapat diperkirakan, dan diproses, distandarisasi, dan selalu diperbanyak—merupakan produk dan komoditi yang bernilai tukar;
- Hubungan pengirim-penerima bersifat satu arah, impersonal, bahkan mungkin selalu sering bersifat non-moral dan kalkulatif;
- Penerima merupakan bagian dari khalayak luas; dan
- Mencakup kontak secara serentak antara satu pengirim dan banyak penerima.

Belakangan, komunikasi massa menjadi kajian yang serius karena berkaitan dengan bagaimana kesadaran individu akibat pengaruh komunikasi media yang ada dalam kehidupan sehari-hari. Banyak orangtua yang meresahkan akibat keberadaan media massa, seperti TV, yang menurut mereka menurunkan mental dan perilaku anak-anaknya. Demikian juga di dunia pendidikan: para

91. Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 1987).

guru dan pengamat mengatakan bahwa media telah melakukan intervensi yang luar biasa terhadap perkembangan kognitif, afektif, dan psikomotorik anak.

Ada orangtua dan guru yang reaktif terhadap media dan komunikasi massa. Akan tetapi, sebagian pengamat juga mengusulkan bahwa peserta didik justru harus diberikan pemahaman terhadap media, atau sering disebut gerakan "melek media" (*media literacy*). Menurut mereka, sudah selazimnya sekolah mendidik anak didiknya melek media, sebuah kemampuan bersikap kritis dan bijak pada isi media. Tentu saja, pendidikan melek media membutuhkan kerja yang tak ringan. Di sekolah-sekolah yang memiliki kelimpahan akses pada media, pendidikan ini menjadi sangat relevan sekaligus urgen.

Pendidikan melek media dalam konteks tersebut tidak cukup dilakukan dengan mengajarkan kemampuan teknis mengoperasikan dan mengakses media. Lebih dari itu, pendidikan melek media merupakan proses kritis dalam menganalisis, mengevaluasi mana tayangan yang layak dilihat dan mana yang tidak layak. Tidak sebatas keterampilan teknis, pendidikan melek media menekankan pada metode pencarian (*inquiry learning*) yang memacu anak didik untuk selalu kritis kepada apa yang mereka lihat, baca, dan dengar dari media yang bertebaran di sekeliling mereka.

Di negara-negara maju, kesadaran kepada pendidikan melek media sangat kuat. Di Amerika, sejak 1978, melek media telah diformulasikan menjadi pengajaran formal oleh Ontario Association of Media Literacy. Di Swedia, sejak 1980, melek media telah menjadi pelajaran wajib. Sementara di Denmark sejak 1970.

Sebenarnya, apa pengaruh komunikasi massa melalui media?

Menurut Steven A. Chafee,[92] komunikasi massa memiliki efek terhadap individu, antara lain:

92. Steven A. Chafee, *Political Communication: Issues and Strategies for Research*, (Beverly Hills: Sage Publication, 1975).

- Efek ekonomis: menyediakan pekerjaan, menggerakkan ekonomi (contoh: dengan adanya industri media massa membuka lowongan pekerjaan);
- Efek sosial: menunjukkan status (contoh: seseorang kadang-kadang dinilai dari media massa yang ia baca, seperti surat kabar *Pos Kota* memiliki pembaca berbeda dibandingkan dengan pembaca surat kabar *Kompas*);
- Efek penjadwalan kegiatan;
- Efek penyaluran/penghilang perasaan; dan
- Efek perasaan terhadap jenis media.

Sedangkan, komunikasi massa juga memiliki efek:

- Konversi, yaitu menyebabkan perubahan yang diinginkan dan perubahan yang tidak diinginkan;
- Memperlancar atau malah mencegah perubahan; dan
- Memperkuat keadaan (nilai, norma, dan ideologi) yang ada.

B. Model Komunikasi Massa

Komunikasi dengan menggunakan media massa semakin mendapatkan perhatian dari para ilmuwan seiring dengan berbagai macam perkembangan di bidang teknologi informasi dan komunikasi, salah satunya teknologi di bidang pers dan penerbitan. Oleh karena itulah, juga berkembang pandangan mengenai model-model komunikasi massa.

1. Model Jarum Hipodermis (*Hypodermic Needle Model*)

Secara harfiah, *hypodermic* berarti 'di bawah kulit'. Dalam ilmu komunikasi massa, istilah ini berkaitan dengan anggapan bahwa media massa menimbulkan efek yang kuat, terarah, segera, dan langsung, yang sesuai dengan pengertian "perangsang tanggapan" (stimulus-respons) yang mulai dikenal sejak awal perkembangan ilmu komunikasi.

Media digambarkan sebagai jarum hipodermis raksasa yang mencotok massa sebagai komunikan yang pasif. Media dianggap sangat sakti dan mampu memasukkan ideologi pada benak massa yang tidak berdaya. Massa komunikan dianggap terpecah-pecah, yang berhubungan dengan media massa, tetapi sebaliknya komunikan tidak terhubungkan satu sama lain.

2. Model Komunikasi Satu Tahap (*One-Step Flow Model*)

Model ini beranggapan bahwa saluran media massa berkomunikasi langsung dengan massa komunikan tanpa berlalunya suatu pesan melalui orang lain, tetapi pesan tersebut tidak mencapai semua komunikan dan tidak menimbulkan efek yang sama pada setiap individu komunikan.

Model komunikasi satu tahap adalah warisan model jarum hipodermik dalam versi yang lebih murni. Model ini menganggap media tidak mempunyai kekuatan yang hebat. Aspek pilihan penampilan, penerimaan, dan penahanan dalam ingatan yang selektif memengaruhi pesan yang ada. Komunikan bukanlah pihak yang semata-mata dapat dibentuk oleh media seakan pihak yang tak berdaya. Selain itu, efek media antara satu individu dan lainnya pada massa tidaklah sama.

3. Model Komunikasi Dua Tahap (*Two-Step Flow Model*)

Konsep yang digagas oleh Lazarsfeld dan kawan-kawannya ini menganggap bahwa gagasan-gagasan yang dibawa oleh media massa, seperti media cetak dan radio diterima oleh orang-orang yang memiliki ketokohan, kemudian tokoh ini meneruskannya kepada masyarakat. Jadi, ada dua tahap. Tahap pertama, dari sumbernya (komunikator) kepada para pemuka masyarakat yang biasanya adalah *opinion leader* di masyarakatnya. Sedangkan, tahap kedua adalah dari tokoh itu kepada para pengikutnya.

Model ini memberi perhatian pada peranan media massa dan komunikasi antar-pribadi dalam menyampaikan informasi. Jadi, dalam hal ini, ada kepercayaan bahwa massa adalah jalinan sosial yang saling berinteraksi dan memberikan pengaruh satu-sama lain (tokoh dengan pengikutnya dan lain sebagainya).

4. Model Komunikasi Tahap Ganda (*Multi-Step Flow Model*)

Model ini menggabungkan semua model di atas tadi. Model ini beranggapan bahwa penyebaran informasi terjadi secara berurutan dan terjadi pada banyak situasi komunikasi. Jumlah tahap yang pasti dalam proses ini bergantung pada maksud dan tujuan komunikator, tersedianya media massa dengan kemampuannya untuk menyebarkannya, sifat dan pesan, serta nilai pentingnya pesan bagi komunikan.

C. Media Massa

Istilah "media massa" merujuk pada alat atau cara terorganisasi untuk berkomunikasi secara terbuka dan dalam jarak jauh kepada banyak orang (khalayak) dalam jarak waktu yang ringkas. Media massa bukan sekadar alat semata-mata, melainkan juga institusionalisasi dalam masyarakat sehingga terjadi proses pengaturan terhadap alat itu oleh warga masyarakat melalui kekuasaan yang ada maupun melalui kesepakatan-kesepakatan lain.

Lebih jauh, media merupakan kekuatan sosial dan kultural yang hadir di tengah-tengah masyarakat. Denis McQuail menguraikan definisi dan fungsi media sebagai berikut:[93]

93. Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 1987).

- Industri pencipta lapangan kerja, barang, dan jasa serta menghidupkan industri lain;
- Sumber kekuatan—alat kontrol, manajemen, dan inovasi masyarakat;
- Lokasi (forum) untuk menampilkan peristiwa masyarakat;
- Wahana pengembangan kebudayaan—tata cara, mode, gaya hidup, dan norma; dan
- Sumber dominan pencipta citra individu, kelompok, dan masyarakat.

Sebagai bentuk komunikasi massa, media massa memiliki karakter yang bisa kita lihat dalam kehidupan sehari-hari, antara lain:

- Publisitas, yakni bahwa media massa adalah produk pesan dan informasi yang disebarluaskan kepada publik, khalayak, atau orang banyak, massa;
- Universalitas, yaitu bahwa pesannya bersifat umum dan tidak dibatasi pada tema-tema khusus, berisi segala aspek kehidupan, dan semua peristiwa di berbagai tempat, juga menyangkut kepentingan umum karena sasaran dan pendengarnya orang banyak (masyarakat umum);
- Periodisitas, waktu terbit atau tayangnya bersifat tetap atau berkala, misalnya harian atau mingguan, atau siaran sekian jam per hari;
- Kontinuitas, berkesinambungan atau terus-menerus sesuai dengan periode mengudara atau jadwal terbit; dan
- Aktualitas, berisi hal-hal baru, seperti informasi atau laporan peristiwa terbaru, tips baru, dan sebagainya. Aktualitas juga berarti kecepatan penyampaian informasi kepada publik.

Peran media dalam membentuk opini publik dan mengarahkan opini massa sesuai kepentingannya berkaitan dengan beberapa pendekatan. Salah satu teori yang paling dikenal adalah "*Agenda*

Setting Theory". Diyakini bahwa agenda media dapat mengatur agenda publik, dan agenda publik pada gilirannya dapat mengatur agenda pemerintah. Artinya, masalah apa pun yang diekspose terus-menerus oleh banyak media pada waktu yang sama, dengan cepat dapat memengaruhi topik pembicaraan di masyarakat luas.

1. Jenis-Jenis Media Massa

Media massa dibagi menjadi beberapa bentuk, antara lain:

- Media cetak, yang contohnya adalah surat kabar, memiliki ciri-ciri sebagai berikut:
  - Pesan yang disampaikan memuat unsur reproduksi utama: simbol verbal, gambar, dan warna;
  - Bersifat portabel: relatif nyaman dan mudah dibawa ke mana-mana; bisa dibaca di mana saja dan membacanya dapat dilakukan berulang-ulang;
  - Unsur umpan balik yang ada juga bersifat verbal (surat pembaca, kritik) dan non-verbal (penjualan);
  - Sumber kehidupan industri media cetak adalah iklan dan penjualan (eceran maupun langganan);
  - Isi pesan yang ada utamanya bersifat informatif;
  - Bisa berfungsi sebagai *public sphere*; menjadi ruang publik bagi penyampaian gagasan dari masyarakat (biasanya ada ruang gagasan dan opini, yang disampaikan oleh masyarakat dalam bentuk tulisan), selain juga memuat perdebatan atas isu yang menjadi polemik;
  - Relatif bebas dari regulasi (kontrol melalui peraturan), terutama di dalam masyarakat yang menganut sistem pers bebas; dan
  - Wilayah jangkauannya masih didominasi oleh masyarakat perkotaan (urban).

- Media Audio, misalnya adalah radio, yang antara lain ciri-cirinya adalah sebagai berikut*:*
  - Unsur reproduksi utamanya adalah suara (audio);
  - Secara relatif bisa dibawa ke mana-mana (portabel), meskipun tak semudah media cetak;
  - Tidak bisa dinikmati berulang-ulang alias tidak dapat didengar kembali (sekali dengar) kecuali direkam dan didengarkan kembali;
  - Pesan bersifat serempak (laporan langsung);
  - Proses komunikasinya menggunakan unsur umpan balik, baik verbal dan nonverbal; dan
  - Kehidupannya juga ditunjang kebanyakan oleh oleh iklan, yang jelas bukan dari penjualan.
- Media Audio-Visual, misalnya TV, memiliki ciri-ciri sebagai berikut:
  - Pesan disampaikan melalui unsur reproduksi yang bersifat verbal, gambar, warna, suara, dan gerakan;
  - Tidak portabel karena tidak bisa dibawa ke mana kita suka—kalau mau bisa saja, tetapi TV adalah peralatan teknologi komunikasi yang berat;
  - Pesan juga tidak bisa diulang karena tampilan pesan sekilas sehingga cepat berlalu (tidak bisa ditinjau ulang);
  - Bersifat serempak;
  - Umpan balik: verbal dan nonverbal;
  - Industri komunikasi audio-visual ditunjang oleh iklan, iuran, dan subsidi pemerintah;
  - Karakter publik dan pengaturan yang ketat (*regulated media*); dan
  - Berisi aneka ragam bentuk informasi dan pesan (berita, hiburan, pendidikan, dan lain-lain).

2. Pertumbuhan Media Massa

Dalam teori komunikasi, tahapan pertumbuhan media massa biasanya dibagi menjadi beberapa tahapan atau model, antara lain:

a. Tahap Elite

Pada tahap ini, media dikonsumsi oleh sebagian kecil anggota masyarakat (hanya sebatas kelompok elite). Media massa dinikmati oleh kalangan atas yang memiliki kemampuan untuk membeli dan membutuhkan informasi. Sedangkan, kalangan bawah tidak mendapatkan kesempatan untuk mengonsumsi media karena tingkat kemakmuran yang masih rendah (daya beli terbatas, orang baru terfokus memenuhi kebutuhan primernya, sementara konsumsi media termasuk dalam pemenuhan kebutuhan tersier).

Kelompok elite juga merupakan kalangan yang tingkat pendidikannya tinggi dan mereka membutuhkan informasi untuk mendapatkan status, meningkatkan interaksi, dan menjadi gaya hidup. Tingkat pendidikan yang masih rendah juga bermakna bahwa kemampuan membaca (untuk media cetak) karena mereka miskin dan tak bisa sekolah. Selain itu, elitisme juga terjadi karena terbatasnya pembangunan infrastruktur yang memungkinkan sulitnya media masuk ke wilayah-wilayah pedesaan yang kebanyakan dihuni masyarakat miskin.

b. Tahap Populer

Pada tahap ini, media sudah dikonsumsi oleh mayoritas anggota masyarakat. Ini terjadi di negara-negara maju, seperti Jepang, Amerika Serikat, Australia, dan sebagainya. Konsumsi masyarakat terhadap media disebabkan tingkat kemakmuran penduduk yang sudah begitu tinggi, demikian juga tingkat pendidikan rata-rata penduduk juga relatif tinggi.

Tahap ini ditandai adanya *popular press* yang antara lain didukung oleh adanya pembangunan infrastruktur teknis, seperti jaringan transportasi (jaringan kereta api), dan adanya tingkat pendidikan yang tinggi di kalangan masyarakatnya, yang memberi kesempatan pendidikan secara massal dari perlindungan negara.

c. Tahap Terspesialisasi

Pada tahap ini, media dikonsumsi oleh segmen penduduk yang terfragmentasi dan terspesialisasi dari penduduk secara keseluruhan. Faktor-faktor yang memengaruhi antara lain adalah faktor pendidikan—semakin tinggi tingkat pendidikan, semakin terspesialisasi bidang yang dipelajari.

Selain itu, tahap ini terjadi pada masyarakat yang makmur (*affluence society*) karena semakin makmur suatu masyarakat, semakin banyak konsumsi kebutuhan tersier yang dapat dilakukan. Karena konsumsi berkaitan dengan adanya waktu luang (*leisure time*), segmentasi media juga semakin meningkat bersamaan dengan dimilikinya waktu luang oleh masyarakat. Biasanya, masyarakat yang sudah makmur memiliki waktu luang yang lebih besar.

Ukuran penduduk juga menjadi faktor eksisnya media yang sudah berada pada tahap terspesialisasi. Harus ada sejumlah besar khalayak yang secara substansial mampu menghidupi sebuah media.

Secara umum, pertumbuhan media massa memang harus didukung oleh kondusivitas situasi masyarakat, baik secara politik, ekonomi, sosial, budaya, maupun syarat-syarat teknologi. Secara politik, media bisa tumbuh subur dan berperan baik jika terdapat dukungan dari infrastruktur politik, seperti undang-undang dan aturan negara.

Secara ekonomi, daya beli masyarakat juga akan sangat berpengaruh pada keberadaan suatu media karena kerja media adalah kerja yang membutuhkan pembiayaan. Secara budaya, tingkat pendidikan, terutama jumlah warga melek huruf, juga akan menentukan.

Infrastruktur teknologi adalah suatu hal yang paling penting karena media massa secara nyata dapat berjalan karena bantuan teknologi. Teknologi merupakan alat untuk mempermudah menyampaikan pesan, mempermudah penggalian informasi, dan menyampaikannya agar pesan berjalan dengan lancar.

Bahkan, pada kenyataannya, perkembangan teknologi juga akan menopang secara ekonomis keberadaan suatu media massa. Teknologi merupakan tenaga produksi yang terus berkembang, yang dalam tingkat tertentu kadang akan membuat teknologi lama kian tidak berguna dan pada akhirnya ditinggalkan.

Di sinilah kita bisa mengambil salah satu contoh bagaimana bisa terjadi kebangkrutan industri media massa akibat tidak adaptifnya terhadap teknologi baru. Konon, media cetak akan kalah dengan munculnya media internet yang saatnya nanti akan menjadi populer dan menjadi media massa. Munculnya internet sebagai jejaring informasi dan komunikasi ternyata juga sudah memberikan tanda-tanda kebangkrutan bagi industri media cetak.

Kebangkrutan media cetak merupakan konsekuensi munculnya teknologi internet. Berita tentang bangkrutnya sejumlah media cetak di AS tampaknya semakin membuka mata dunia industri media tentang ancaman atas perkembangan teknologi internet yang memungkinkan masyarakat tidak lagi membeli media cetak.[94] Bahkan, berita terbaru, yaitu Hearst Co. pemilik *San Fransisco Chronicle*, sebuah koran utama di Kota San Fransisco, pada Selasa

94. "Bercermin dari Bangkrutnya Media Cetak AS", dalam *http://republika.co.id:8080/koran/0/34459/Bercermin_dari_Bangkrutnya_Media_Cetak_AS*

24 Februari 2009 telah berniat untuk dijual. Sebelumnya, Tribune Co., sebagai salah satu grup media terbesar di AS pemilik *Los Angeles Times* dan *Chicago Tribune*, pada Desember 2008 telah mengajukan perlindungan bangkrut ke pengadilan karena terus merugi akibat penurunan penjualan.

Perkembangan internet adalah penyebab paling nyata di balik turunnya tiras media cetak di banyak negara meski kasus di Indonesia tampaknya masih belum signifikan. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia memprediksi, dengan asumsi pertumbuhan rata-rata 30 persen di tahun 2004 dan sampai akhir 2009, pengguna jasa internet mencapai 30 juta orang. Jumlah ini melebihi pangsa pasar media cetak selama ini. Perkembangan ini akan mendorong pertumbuhan jurnalisme digital dan juga menempatkan media cetak sebagai media yang mahal. Bisa jadi, ini adalah awal lonceng kematian media cetak.

Perolehan iklan media cetak juga kian menipis akibat meningkatnya iklan internet. Salah satu temuan di Amerika: ruang iklan di internet semakin laku. Menurut penelitian Interactive Advertising Bureau dan PricewaterhouseCoopers, seperti dikutip oleh *Emarketer.com*, belanja iklan *online* di Amerika mencapai 2,37 miliar dolar AS di kuartal kedua 2004 lalu. Angka itu menunjukkan kenaikan 42,7 persen dari belanja tahun sebelumnya. Selama setengah tahun pertama pada 2004, pengeluaran untuk iklan *online* mencapai 4,6 miliar dolar AS, naik 39,7 persen dibandingkan dengan setengah tahun pertama pada 2003. Berdasarkan data dari TNS Media Intelligence/CMR, jumlah sebesar itu memang hanya 3 persen dari total belanja iklan AS di semua media yang mencapai 67,6 miliar dolar AS atau naik 9,1 persen dari tahun sebelumnya,

tetapi persentase belanja iklan *online* jauh di atas kenaikan belanja iklan seluruh media.[95]

Lalu, bagaimanakah pertumbuhan media massa di Indonesia?

Iklim pers di Indonesia tidak sebagus di negara-negara lain, terutama negara-negara maju. Pers (umum) mengalami stagnasi pertumbuhan oplah sejak reformasi 1998 meskipun sudah ada kebebasan bagi tumbuhnya media. Di Indonesia juga ada kecenderungan bahwa pertumbuhan pers terspesialisasi sangat pesat untuk mengisi ceruk pasar kelas atas. Salah satunya budaya baca (kalau bicara pers/media cetak) masih rendah, dan budaya tonton sangat tinggi. Apalagi, perkembangan media elektronik relatif cepat setelah reformasi.

PERKEMBANGAN MEDIA INDONESIA

No	Media Massa	1999		2002	
		Perusahaan Media	Tiras (dl jt-an Eks)	Perusahaan Media	Penetrasi
1	Media Cetak a. Suratkabar b. Tabloid c. Majalah & SKM d. Bulletin	 289 886 491 11	 4,8 6,9 4,1 n.a	 192 278 222 3	11%
2	Stasiun Televisi	TVRI + 5 Swasta + 5 ijin baru	30 jt Pesawat TV	50	80%
3	Stasiun radio	RRI + 1.100 Radio swasta	32,3 jt radio	1.100	90%

Sumber: Leo Batubara, 2005

Tabel 9. Perkembangan media Indonesia

Jadi, nasib media cetak lebih buruk. Tak heran jika tiras surat kabar di Indonesia terendah dibandingkan beberapa negara di Asia. Sejak awal, perusahaan pers Indonesia jatuh bangun dan rata-rata berumur pendek.

95. "Bercermin dari Bangkrutnya Media Cetak AS", dalam *http://republika.co.id:8080/koran/0/34459/Bercermin_dari_Bangkrutnya_Media_Cetak_AS*

D. Pers Indonesia dan Politik Pers

Pers berasal dari kata *pers* (Belanda), *press* (Inggris), dan *presse* (Prancis), berarti 'tekan' atau 'cetak'. Secara terminologis, *pers* berarti 'media massa cetak', disingkat media cetak. Pers merupakan lembaga sosial atau lembaga kemasyarakatan yang merupakan subsistem dari sistem pemerintahan di negara tempat ia beroperasi, bersama-sama dengan subsistem lainnya. Pers adalah sebuah sistem yang terbuka dan probabilistik. Artinya, pers tidak bebas dari pengaruh lingkungan dan di sisi lain, pers juga memberikan pengaruh yang tidak dapat diduga kepada lingkungannya.

Fungsi yang diharapkan dari pers adalah:

- Fungsi Menyiarkan Informasi. Informasi tersebut berupa gagasan mengenai apa yang dilakukan orang lain, apa yang dikatakan orang lain, dan lain sebagainya;
- Fungsi Mendidik. Fungsi ini dapat bersifat implisit dalam bentuk berita ataupun eksplisit dalam bentuk artikel atau tajuk rencana;
- Fungsi Memengaruhi. Fungsi yang menyebabkan surat kabar memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Media yang terutama memiliki fungsi ini adalah media yang independen, bebas menyatakan pendapat, bebas melakukan kontrol sosial, dan bukan surat kabar organ pemerintah yang membawakan suara pemerintah.

Pers sebagai bentuk komunikasi massa tak lepas dari percaturan dalam hubungan politik yang menyebabkannya juga harus terintervensi oleh kekuatan politik, termasuk mengadopsi pesan-pesan politik. Ia juga harus berhadapan dengan aturan negara yang merupakan produk politik yang tengah berjalan.

Sejak era reformasi, kebebasan pers telah muncul. Hasilnya, bahwa campur tangan negara terhadap pers tidak sekuat pada masa sebelumnya, terutama di era Orde Baru. Freedom House[96] mencatat melalui survei bahwa Indonesia menempati wilayah negara yang memiliki kebebasan pers yang cukup kondusif (*free area-green*). Dalam survei tersebut, organisasi nirlaba yang bermarkas di Washington, D.C. dengan kantor cabang di berbagai negara ini, menitikberatkan pada pelaksanaan hak asasi manusia, khususnya dalam kebebasan mengemukakan pendapat. Dalam tabel Freedom House 2009, Indonesia masuk ke dalam rangking ke-113 di dunia dan ke-23 di Asia Pasifik dalam hal kebebasan pers. Kebebasan pers kita dalam peringkat ke-105 di antara 170 negara yang diamati. Urutan pertama sampai ke-10 bagi kebebasan pers di Asia Tenggara adalah Timor Timur, Thailand, Kamboja, Filipina, Indonesia, Malaysia, Singapura, Laos, Vietnam, dan Myanmar (Brunei Darussalam tidak diteliti).

Artinya, Indonesia masih berada dalam derajat rendah dalam hal kebebasan pers. Berbagai upaya telah dilakukan oleh kalangan pers maupun pemerintah. Misalnya, dalam hal upaya melindungi kemerdekaan pers, Dewan Pers[97]—berpedoman pada Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers—didirikan sebagai bagian dalam meningkatkan kehidupan pers nasional, dengan dipatuhinya kode etik pers dan penggunaan standar jurnalistik profesional.

Dalam pertemuan dengan Dewan Pers di Jakarta, (25/1/2005) Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) menegaskan, "Penyelesaian masalah berita pers ditempuh, pertama, dengan hak jawab; kedua, bila masih *dispute*, diselesaikan ke Dewan Pers; ketiga,

96. *http://www.freedomhouse.org/template.cfm?page=1*

97. *http://www.dewanpers.org/dpers.php?x=fungsi&y=det*

penyelesaian lewat jalur hukum tidak ditabukan sepanjang *fair*, terbuka, dan akuntabel."[98]

Hal itu sehubungan banyaknya perkara yang diajukan ke pengadilan yang berhubungan dengan delik pers. Maka, untuk memperoleh gambaran objektif tentang ketentuan-ketentuan yang terkait UU Pers, hakim dapat meminta keterangan seorang ahli di bidang pers. Merekalah yang lebih mengetahui seluk beluk pers secara teori dan praktik. Berbagai hal yang dituangkan oleh Dewan Pers:[99] pertama, pers yang profesional dapat melakukan kontrol sosial agar penyelenggara kekuasaan negara dapat dicegah dari tindakan koruptif; kedua, wajib melayani hak jawab; ketiga, UU Pers tidak mengkriminalkan pers yang melaksanakan tugas jurnalistik kecuali jika media dengan sengaja memuat berita yang bertujuan memeras atau berintensi kebencian, maka dapat diproses berdasarkan KUHP atau KUH Perdata; dan keempat, Dewan Pers diberi kewenangan untuk memberi pertimbangan dan mengupayakan penyelesaian pengaduan masyarakat atas kasus-kasus yang terkait pemberitaan pers.

Ketentuan UU itu seharusnya mengikat penegak hukum untuk menjadikannya pedoman. Sayangnya, dalam pelaksanaannya, ada penyelenggara negara yang mengacunya, tetapi lebih banyak yang berpedoman pada politik hukum kolonial Belanda yang mengkriminalkan pers. Padahal, semangat keduanya berbeda: UU Pers didesain untuk mengontrol penyelenggara kekuasaan dalam membantu pemerintahan yang baik dan bersih. Sedangkan, KUHP meneruskan politik hukum kolonial Belanda dan berorientasi melindungi penjajah dari keluhan dan kritik rakyat terjajah. Mengingat keluhan dan kritik rakyat terjajah dinilai menghina dan mencemarkan nama baik penguasa, hukumannya adalah penjara.

---

98. Leo Batubara, "Edaran MA, Sinar Terang bagi Pers", dalam *Kompas,* Rabu, 28 Januari 2009.

99. *http://www.dewanpers.org/dpers.php?x=fungsi&y=det*

Sulit dipungkiri jika banyak pejabat memerlukan KUHP untuk melindungi diri dari kritik pers.

Sejak kelahirannya, pers Indonesia tak lepas dari campur tangan kekuasaan. Waktu itu adalah sistem politik kolonial Belanda yang menjajah Indonesia. Hal ini dimulai dengan praktik pembatasan terhadap kegiatan jurnalistik surat kabar *Javasche Courant* (JC), yang merupakan kelanjutan dari *Bataviasche Coloniale Courant*, terbit pada tahun awal abad ke-19.[100] Kemudian, di awal abad ke-20, dengan munculnya berbagai lembaga pers, juga muncul berbagai produk hukum yang bersifat menyensor secara represif terhadap kehidupan pers, seperti (i) *Regeringsreglemen* 1854 (pemerintah Hindia Belanda diberi wewenang untuk mengawasi pers); (ii) *Drukpersreglement* 1856 (mewajibkan pencetak dan penerbit untuk menyerahkan satu salinan naskah sebelum diterbitkan kepada pejabat hukum); (iii) *Reglement op de Drukwerken in Nederlandsindie* 1858 (pengawasan preventif); (iv) *Persbredeil Ordonantie* 1931 (Gubernur Jenderal diberi hak melarang penerbitan yang dinilai mengganggu ketertiban umum); (v) Ordonansi Pengawasan Pers 1937 (pemberian kekuasaan pemerintah Hindia Belanda untuk menutup sementara penerbitan pers tanpa proses hukum); dan (vi) Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, sejak 1918, ada Pasal 154 dan Pasal 156a yang berkenan dengan delik pers serta Pasal 155 dan 157 yang berkenaan dengan delik penyiaran.[101]

Akibat sensor represif itu, beberapa pemilik media menjadi korban, misalnya HJ Lion dan W.Bruining, penerbit Bataviasche Handelsblad dipenjara satu tahun; pemimpin redaksi *Soerabajasch Handelsblad* tahun 1872 dijatuhi hukuman satu tahun penjara; dan Suwardi Soerjaningrat/Ki Hajar Dewantara dihukum buang ke

100. Abdurrachman Surjomihardjo dan Leo Suryadinata, *Beberapa Segi Perkembangan Sejarah Pers Indonesia,* (Jakarta: Deppen-Leknas, 1980), hlm. 22.

101. Wikrama Iryans Abidin, *Politik Hukum Pers Indonesia,* (Jakarta: PT Grasindo, 2005), hlm. 4—5.

Belanda karena menulis artikel *"Als ik, een Nederlander was*", tanggal 13 Juli 1913.[102]

Awal kemerdekaan Indonesia hingga tahun 1959, sebelum memasuki Demokrsi Terpimpin, pers mengalami masa kebebasan. Demokrasi Terpimpin menjadi sistem politik yang anti-kebebasan pers. Menurut Edward C. Smith,[103] terhitung sejak 1957, ada 244 tindakan antipers (penahanan, pemenjaraan, dan pemberedelan) dan 236 tindakan, seperti sanksi ekonomi, sanksi perizinan, nasionalisasi pers asing, sanksi kertas, pengusiran, interogasi, penyitaan percetakan, pembatasan perjalanan, gugatan, pengawasan penguasa, dan sebagainya. Pers yang terkena tindakan pada umumnya adalah pers yang independen dan tidak menyatakan diri sebagai aliran atau pembawa politik yang diperkenankan oleh pemerintah.

Berakhirnya Orde Lama, dengan tindakannya yang memasung kebebasan pers, menghadirkan Orde Baru yang seakan-akan di awal pemerintahannya sangat berpihak pada kebebasan pers. Setidaknya, pada era 1966—1971, kebebasan pers relatif terjadi. Pengekangan terhadap kebebasan pers kembali terjadi setelah terbentuk format baru politik pada 1969—1971. Kemudian, disusul dengan peristiwa Malari (5 Januari 1974), yang ditandai dengan diberedelnya beberapa penerbitan pers umum (*Abadi, Pedoman, Indonesia Raya,* dan harian *Kami*).[104] Setelah Pemilu 1977, tepatnya menjelang Sidang Umum MPR 1978, beberapa surat kabar umum, seperti *Kompas, Sinar Harapan, Merdeka, Indonesia Times, Sinar Pagi, Pelita,* dan *Masa Kini* diberedel meskipun kemudian boleh terbit lagi setelah para pimpinannya membuat pernyataan tertentu. Pada 1982, *Tempo*

---

102. Moh. Mahfud. *Hukum dan Pilar-Pilar Demokrasi,* (Yogyakarta: Gama Media, 1999), hlm. 370.

103. Edward C. Smith, *Sejarah Pembreidelan Pers di Indonesia,* (Jakarta: PT Grafiti Press, 1983), hlm. 97.

104. Amir Effendi Siregar, *Pers Mahasiswa Patah Tumbuh Hilang Berganti,* (Jakarta: PT Karya Unipress, 1983), hlm. 54.

diberedel sementara karena reportase mengenai "peristiwa Lapangan Banteng". Kemudian, menyusul harian *Prioritas* dan Harian *Sinar Harapan* (1986) serta mingguan tabloid *Monitor* (1990). Akhirnya, pada 1994, tiga penerbitan yang berpengaruh diberedel, yaitu *Tempo, Editor,* dan *Detik.*

Produk politik Orde Baru untuk membatasi kebebasan pers antara lain:

- UU No. 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers;
- UU No. 4 Tahun 1967 tentang Penambahan UU No. 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers;
- UU No. 21 Tahun 1982 tentang Perubahan tentang UU No. 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers; dan
- Peraturan Menteri Penerangan No. 1 Tahun 1984 tentang Surat Izin Usaha Penerbitan Pers.

Di era reformasi, setelah Peraturan Menteri Penerangan No. 1 Tahun 1984, dan dengan hadirnya UU No. 40 Tahun 1999, pers kembali mempunyai posisi tawar terhadap negara di tengah-tengah terjadinya keresahan sosial masyarakat yang seolah-olah "emoh negara" dan secara substantif memengaruhi makna kebebasan pers. Amandemen UUD 1945 secara tidak langsung memberikan tiket bagi semakin pentingnya kebebasan pers atau sistem pers libertarian.

Namun, tampaknya masih ada masalah pada hukum pers nasional kita, khususnya UU No. 40 Tahun 1999 menyisakan banyak persoalan. Masalah-masalah yang ada antara lain berupa pertanyaan, seperti: [105]

105. Adi Sulistiyono, "Pencarian Posisi Hukum Pers dalam Kontur Hukum Nasional", Makalah disampaikan dalam Seminar "Kebangkitan Nasional dan Kebangkitan Pers Indonesia" yang diselenggarakan oleh Persatuan Wartawan Indonesia Cabang Jawa Tengah Semarang, 5 Juni 2008, atau dalam *http://adisulistiyono.staff.uns.ac.id/files/2009/04/pencarian-posisi-hukum-pers-dalam-kontur-hukum-nasional.pdf.*

- "Bagaimana delik pencemaran nama baik ketika harus dipertandingkan dengan fungsi pers sebagai sarana kontrol sosial?"

  Pertanyaan itu berkaitan dengan pencemaran nama baik berhadapan dengan fungsi pers sebagai sarana kontrol. Pasal 6 UU No. 40 Tahun 1999 memberikan peranan pers banyak sekali, antara lain sebagai sarana kontrol. Di sini ada persoalan terkait dengan hukum: (i) apakah mungkin melakukan pengawasan dan kontrol tanpa membuat seorang pun orang di dunia ini yang merasa terhina; (ii) "kepentingan umum" menggugurkan tuntutan perdata tentang penghinaan (lihat Pasal 1376 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata); dan (iii) kepentingan umum menjadi salah satu dasar untuk menghindar dari kualifikasi delik menista atau menista dengan tulisan (Pasal 310 ayat [1] Kitab Undang-Undang Hukum Pidana). Untuk hal pertama, sebenarnya tidak cukup kuat untuk melahirkan dalil "pers sebagai sarana kontrol sosial tidak mungkin tidak menimbulkan orang terhina". UUD 1945 cukup gamblang berbicara soal ini ketika dalam Pasal 28 J mengatakan, "(1) Setiap orang wajib menghormati hak asasi manusia orang lain dalam tertib kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara; dan (2) Dalam menjalankan hak dan kebebasannya, setiap orang wajib tunduk kepada pembatasan yang ditetapkan dengan undang-undang dengan maksud semata-mata untuk menjamin pengakuan serta penghormatan atas hak dan kebebasan orang lain dan untuk memenuhi tuntutan yang adil sesuai dengan pertimbangan moral, nilai-nilai agama, keamanan, dan ketertiban umum dalam suatu masyarakat demokratis. Kemudian, soal kepentingan umum. Dalam kasus Texmaco lawan *Tempo*, misalnya, pengadilan menolak dalih bahwa proteksi hukum atas nama "kepentingan umum" untuk menghindarkan diri dari gugatan pencemaran nama baik. Akan

tetapi, dalam putusan perkara Soeharto versus *Time*, hakim berpihak kepada pers ketika mengatakan bahwa tulisan-tulisan *Time* tidaklah bersifat menghina Soeharto, malah berguna untuk kepentingan umum dan sesuai tuntutan zaman.

Perbedaan pandangan pengadilan juga terjadi di Amerika Serikat, ketika *statement of public concern* (tuisan atau berita yang terkait dengan kepentingan umum) dalam sejumlah perkara memang tidak bisa dijadikan senjata ampuh bagi pers untuk melindungi dirinya dari gugatan perdata pihak ketiga.

- "Apakah wartawan bisa dipersalahkan jika ia memublikasikan isi pernyataan satu sumber, tetapi pernyataan itu tidak benar?" Pertanyaan ini menyangkut tanggung jawab wartawan terhadap kebenaran suatu pernyataan. Diakui, sulit sekali mendefinisikan kebenaran sebab konsepnya mirip dengan konsep kecantikan. Apa yang benar sepenuhnya tergantung orang per orang. Definisi kebenaran dalam jurnalistik diakui sulit dirumuskan secara konkret.

  Dalam persidangan, hakim tampaknya tidak terlalu sulit mendapatkan bukti-bukti apakah suatu tulisan itu benar atau bohong. Wartawan tampaknya harus ekstra hati-hati jika hendak memberitakan sesuatu yang patut diketahui bersifat sensitif, apakah itu menyangkut objek berita seorang tokoh terkenal atau isu peka. Dalam Kode Etik Jurnalistik PWI Pasal 5, telah meminta wartawan memisahkan opini dari berita. Demikian juga terhadap kutipan, tidak dapat dijadikan dalih pers untuk tidak dituntut karena bukan jaminan juga, sekalipun seseorang dikutip secara cermat, bahwa si pengutip kemudian yang memublikasikannya bebas dari kemungkinan gugatan hukum.

- "Dapatkah UU Pers menjadi *lex specialist* sebagai tanding untuk KUHP?"
  UU No. 40 Tahun 1999 dianggap sebagai *lex specialist.* Seperti diketahui, undang-undang tersebut mengatur tentang pers. Namun, dalam praktiknya, kebanyakan perkara pers yang berujung di pengadilan tidak menggunakan pasal-pasal dalam UU itu, tetapi menggunakan pasal-pasal dalam KUHP dan KUH Perdata. Pandangan mengenai *lex specialist* ini terbelah ke dalam dua ujung spektrum yang bertolak belakang. Pendapat pertama menolak jika UU Pers dikategorikan sebagai *lex specialist* karena: (i) masalah yang dikualifikasi sebagai berita bohong, penistaan, atau pencemaran nama baik, dan sebagainya, yang kerap dituduhkan kepada pers karena tidak diatur dalam UU No. 40/1999, dapat diberlakukan KUHP dan KUH Perdata; (ii) UU No. 40 Tahun 1999 tidak memenuhi syarat formal dan materiil tentang doktrin hukum khusus sebagai pengecualian atas hukum umum; (iii) UU No. 40 Tahun 1999 tidak memenuhi syarat sebagai *self-contained regime*, yaitu suatu kumpulan ketentuan primer tentang sesuatu hal yang dikaitkan dengan ketentuan sekunder yang ditetapkan oleh hukum yang berlaku umum. Dalam *regime* semacam itu, terdapat ketentuan khusus tentang hak, kewajiban, dan kewenangan serta aturan yang bersangkutan dengan administrasi aturan tersebut, termasuk aturan khusus mengenai pelanggaran. Dalam UU Pers memang terdapat hak, kewajiban, kewenangan, dan aturan khusus tentang bagaimana pelanggaran. Namun, yang diatur dalam UU Pers adalah masalah hak jawab, suatu hak khusus yang tidak diatur dalam aturan umum mana pun. Jika hak jawab mau disebut *lex specialist*, dalam hal ini UU Pers tidak berhadapan dengan suatu *lex generalist* yang mengatur hal yang sama secara umum; dan (iv) UU Pers tidak memenuhi persyaratan sebagai

lex specialist karena tidak menampung sanksi-sanksi yang jelas dari kemungkinan pelanggaran yang timbul.

Pandangan yang kedua menganggap UU Pers adalah *lex specialist* karena: (i) merupakan derivatif Pasal 28 UUD 1945 tentang mengeluarkan pikiran secara lisan dan tulisan; (ii) undang-undang hanya mengkhususkan pada "pelaksanaan kegiatan jurnalistik"; (iii) undang-undang mengatur tegas mengenai hak, kewajiban, fungsi, dan peran pers; dan (iv) sengketa pers berujung kepada pemenuhan hak jawab dan atau hak koreksi.

Jika permasalahan mengenai debat *lex specialist* itu tidak segera dituntaskan, berpotensi menyayat-nyayat kontur hukum nasional karena akan menimbulkan konflik hukum tidak berkesudahan. Barangkali, layak dipertimbangkan bahwa Mahkamah Agung perlu membuat Peraturan MA untuk menetapkan pedoman bagi pengadilan untuk menyelesaikan sengketa pers.

Namun, perkembangan sistem legislasi sepanjang 2008 ini berpotensi juga menimbulkan konflik hukum, tetapi pada posisi yang berkebalikan, yaitu hukum nasional menyayat-nyayat hukum pers.

Hal ini dapat dilihat dalam sejumlah fenomena. Pertama, UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Pasal 5 ayat (1) menyebutkan, "Pengguna informasi publik wajib menggunakan informasi publik sesuai di negara ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku." Bagi yang menyalahgunakan informasi publik, diancam penjara 1 tahun dan/atau denda Rp10 juta (Pasal 52).

Persoalannya, informasi publik justru diperlukan untuk memenuhi akurasi liputan jurnalistik. Jika kegiatan itu dinilai melanggar Pasal 5 ayat (1) di atas, akan berpotensi melumpuhkan kebebasan pers.

Kedua, UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Isi siaran televisi, termasuk karya jurnalistik, yang bermuatan fitnah, hasutan, menyesatkan, dan bohong, diancam dengan 5 tahun dan denda sampai Rp10 miliar. Ketiga, UU Informasi dan Transaksi Elektronik. Dewasa ini, demi pertahanan bisnis dan kemajuan industri, surat kabar harus mengikuti konvergensi media. Selain dicetak, produk pers dapat juga *online* dan mengembangkan industri dengan memiliki stasiun radio, televisi, dan media internet. Di dalam Pasal 27 ayat (3) dan Pasal 45 ayat (1) UU Informasi dan Transaksi Elektronik, diatur bahwa mendistribusikan karya jurnalistik yang memuat penghinaan dan pencemaran nama baik dalam wujud informasi elektronik dan dokumen elektronik diancam 6 tahun penjara dan denda sampai Rp1 miliar. Persoalannya, UU Pers dan KUHP mendefinisikan "pencemaran nama baik" dengan berbeda.

- "Apakah hak jawab menghapuskan upaya hukum terhadap pers?"
  UU No. 10 Tahun 2008 tentang Pemilu Legislatif. Pada Pasal 97, diatur bahwa media massa cetak menyediakan halaman dan waktu yang adil dan seimbang untuk pemuatan berita dan wawancara serta untuk pemasangan iklan kampanye bagi peserta pemilu. Lalu, di dalam Pasal 99 ayat (1) diatur bahwa pelanggaran Pasal 97 diancam dengan pemberedelan. Ketentuan ini jelas bertentangan dengan UU Pers. Pasal 4 ayat (1) UU Pers mengatur bahwa terhadap pers nasional tidak dikenakan penyensoran, pemberedelan, atau pelarangan penyiaran. Kemudian, Pasal 18 ayat (1) mengatur bahwa setiap orang yang secara melawan hukum dengan sengaja melakukan tindakan penyensoran, pemberedelan, atau pelarangan penyiaran dapat

dipenjara maksimal 2 tahun dan atau denda maksimal Rp500 juta.

Akhirnya, ketika harus membaca posisi hukum pers dalam struktur hukum nasional, jawabannya adalah keduanya saling menyayat dalam posisi yang bergantian. Sungguh, untuk pembangunan sistem hukum yang anggun, pelembagaan hukum seperti itu tidak elok dan tidak sehat.

Pertanyaan-pertanyaan yang belum terjawab itu membutuhkan jawaban dalam bidang pembuatan perundang-undangan dan konsistensi pelaksana hukum dalam rangka menggunakannya untuk menjamin terciptanya iklim pers yang bebas dan bertanggung jawab.

mr m

BAB VII

Menguak Kuasa Komunikasi dan Media dalam Masyarakat Kapitalis

b r a

Jika dilihat dari asal katanya, istilah "komunikasi" berasal dari bahasa Latin *communis*, yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Asal kata *communis* adalah *communico* yang artinya 'berbagi'.

Jika dilihat dari asal katanya yang seperti itu, bisa saja komunikasi ditafsirkan dengan cara diidentikkan dengan ideologi komunis yang digagas oleh Karl Marx, sebuah cita-cita masyarakat yang dianggap akan terjadi untuk menghapus hambatan-hambatan material dalam rangka mengungkapkan diri sebagai manusia yang dalam hubungannya dengan orang lain tidak saling terbentur oleh batas-batas kelas sosial. Cita-cita kaum komunis memang berusaha menciptakan tatanan masyarakat tanpa kelas—menciptakan tatanan sosial tempat setiap manusia menjadi manusia yang mengungkapkan diri secara bebas tanpa hambatan-hambatan material.

(Ketimpangan) kelas adalah hambatan bagi orang untuk berhubungan dan mempertukarkan pesan dan informasi bagi kemajuannya. Batas-batas kelas menimbulkan konflik sosial yang

kadang diekspresikan dalam berbagai macam sentimen yang berbau ras, agama, suku, dan kelompok identitas. Jadi, komunikasi akan terjadi secara bebas dan tanpa hambatan jika manusia tidak terbatasi oleh kontradiksi-kontradiksi material-ekonomis yang ada. Jadi, yang pokok bukanlah komunikasinya, melainkan penataan materialnya. Bukan komunikasi yang akan mengubah tatanan material yang adil, melainkan tatanan material yang akan menentukan bentuk komunikasi yang ada dalam masyarakat.

Anggapan kaum Marxis semacam itu ditentang oleh kaum yang menganggap pandangan di atas sangat deterministik alias terjebak pada determinisme ekonomi. Marx (1818—1883) dan Engels (1820—1895) menjelaskan bahwa tenaga penggerak utama dari seluruh kemajuan yang dicapai manusia adalah perkembangan kekuatan produktif—industri, pertanian, ilmu pengetahuan, dan teknik. Ini adalah satu generalisasi yang benar-benar dahsyat, yang tanpanya mustahillah kita memahami pergerakan kesejarahan umat manusia secara umum. Walau demikian, tidaklah otomatis hal ini bermakna, seperti yang coba ditunjukkan oleh para penentang marxisme yang tidak jujur dan naif, bahwa Marx mereduksi segalanya menjadi persoalan ekonomis.

Materialisme yang dialektik dan historis memperhitungkan sepenuhnya gejala-gejala, seperti agama, seni, ilmu pengetahuan, moralitas, hukum, politik, tradisi, karakter nasional dan berbagai perwujudan dari kesadaran manusia. Namun, bukan hanya itu. Marxisme juga menunjukkan hakikat gejala-gejala itu dan bagaimana mereka terhubung dengan perkembangan nyata masyarakat, yang pada ujung analisisnya jelas tergantung pada kemampuannya untuk mereproduksi dan mengembangkan kondisi material untuk mempertahankan keberadaannya. Tentang hal ini, Engels menulis:

> "Menurut pandangan materialis terhadap sejarah, penentu akhir dalam sejarah adalah produksi dan reproduksi dari kehidupan keseharian. Yang lebih dari ini, baik Marx maupun saya, tidaklah

sepakat. Dengan demikian, jika seseorang memutarbalikkan hal ini dengan menyatakan bahwa unsur ekonomi adalah unsur penentu satu-satunya, ia mengubah posisi ini menjadi satu frase yang tidak bermakna, abstrak, dan tidak masuk nalar. Situasi ekonomi adalah basis, tapi berbagai unsur dalam superstruktur-bentuk-bentuk politik dari perjuangan kelas dan hasil-hasilnya, akan mencerminkannya: konstitusi yang disusun oleh kelas yang berkuasa setelah menang dalam perjuangan kelas, dsb., bentuk-bentuk peradilan, dan berbagai pemikiran yang timbul di benak para pelaku perjuangan kelas ini secara politik, aturan hukum, teori filosofis, pandangan religius, dan pengembangan pemikiran-pemikiran ini lebih lanjut ke dalam dogma-dogma. Semua ini menunjukkan pengaruh mereka ke dalam perjuangan kesejarahan, dan dalam berbagai kasus merupakan faktor dominan dalam menentukan bentuk perjuangan yang diambil."[106]

A. Kapitalisme dan Komunikasi yang Terhambat

Pembuktian materialisme historis: secara umum, kesadaran manusia yang cenderung tertinggal dari perkembangan kekuatan produktif akan terlihat sebagai paradoks untuk beberapa orang. Akan tetapi, justru hal itu ternyatakan dalam berbagai macam cara di Amerika Serikat tempat pencapaian ilmu pengetahuan telah mencapai puncaknya. Kemajuan konstan teknologi adalah kondisi yang mendahului datangnya satu sistem sosio-ekonomik yang rasional, ketika umat manusia menjalankan kontrol secara sadar atas hidup dan lingkungan mereka. Di sini, walau demikian, kontras antara perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat dengan ketertinggalan yang tajam dalam pemikiran manusia terlihat dengan sangat jelas.

Dalam kaitannya dengan gejala komunikasi, tesis marxisme sepertinya tidak terbantahkan. Beberapa pertanyaan layak untuk

106. Karl Marx dan Frederick Engels, "*Selected Correspondence*" (selanjutnya akan dirujuk sebagai MESC), *Letter to Bloch, 21st-22nd September 1890*, dikutip dalam Allan Wood dan Ted Grant, *Reason and Revolt*.

penulis ajukan untuk mendukung tesis itu, dan jawabannya akan membuktikan bahwa cara pandang materialis-dialektis-historis amatlah sahih. Pertanyaannya, antara lain:

- Mengapa di tengah majunya dan semakin canggihnya teknologi komunikasi dan informasi, manusia justru mengalami keterhambatan dalam rangka saling memahami pesan? Mengapa di tengah semakin maju dan canggihnya teknologi komunikasi dan informasi, masyarakat semakin terbelakang cara berpikirnya?; dan
- Mengapa di tengah maju dan canggihnya teknologi komunikasi dan informasi yang menyebabkan terjadinya globalisasi, masyarakat justru tersekat-sekat dalam kelompok identitas, perasaan kesukuan, semakin menguat dan sentimen antar-kelompok juga kian luar biasa besarnya?

Fakta tersebut menunjukkan bahwa terjadi hambatan komunikasi, macetnya proses penyampaian pesan, serta tidak beresnya cara berpikir masyarakat (pesan dan kepentingan yang tersedia dalam kehidupan masyarakat). Proses komunikasi yang seharusnya memanusiakan, kemajuan teknologi yang seharusnya memanusiakan, ternyata justru menyebabkan terjadinya kehidupan yang bukan hanya tidak manusiawi, melainkan juga diwarnai berbagai bentuk konflik, penyimpangan, dan munculnya berbagai pemikiran yang devian dan sesat.

Aliran-aliran sesat yang mengajarkan pemikiran dan tindakan menyimpang bukan hanya fenomena di negeri ini, melainkan merupakan gejala yang terjadi di mana-mana. Kemunculannya tidak dapat dipisahkan dari perkembangan globalisasi kapitalis (neoliberal) yang memiskinkan dan mengakibatkan ketimpangan dalam berpikir dan menafsirkan realitas.

Dalam menilai munculnya aliran sesat yang terjadi akhir-akhir ini, tampaknya debat yang ada masih melibatkan dua kutub

pemikiran yang berbeda dalam khazanah pemikiran keagamaan di Indonesia. Kutub yang pertama adalah aliran fundamental yang memaknai gejala "aliran sesat" secara absolut sebagai bentuk penyimpangan ajaran Islam. Dengan pendekatan kaku dalam melihat hubungan realitas dengan teks, mereka menganggap bahwa aliran sesat harus dimusnahkan dan dihancurkan karena bertentangan dengan ajaran Islam yang sejati.

Aliran sesat harus dipandang sebagai penyimpangan bukan hanya dari sudut pandang keagamaan, melainkan juga dari sudut pandang ilmu pengetahuan. Hal ini untuk mengevaluasi peradaban kita dalam kaitannya dengan pertanyaan apakah kemajuan produksi masyarakat dalam hal ilmu pengetahuan dan teknologi telah dapat mengiringi kedewasaan berpikirnya?

Seharusnya, memang tidak perlu ada perdebatan tanpa ujung sebagaimana memperdebatkan tafsir agama selama ini hanya menimbulkan pertentangan yang tiada gunanya. Yang mengherankan selalu tidak dilihat dari mana dan bagaimana suatu pemikiran manusia berkaitan dengan reaksi dan responsnya terhadap realitas masyarakat yang belakangan ini secara material mengalami kontradiksi tajam. Agama adalah bagian realitas, namun perdebatan pemikiran keagamaan tidak pernah menyentuh realitas. Agama selalu memperdebatkan hal yang bersifat abstrak—tidak mampu mengarahkan penganut dan pemikirnya untuk melihat sumber dari kontradiksi. Kontradiksi material yang melahirkan kontradiksi pemikiran dengan perdebatan tanpa ujung pangkal itu adalah ketimpangan ekonomi dan sistem penindasan yang eksploitatif di negeri ini.

Kesesatan berpikir adalah bagian mekanisme kekuasaan yang menginginkan manusia-manusia tidak lagi memahami persoalan dengan landasan akal. Masalahnya, akallah yang selalu menjadi alat bagi manusia untuk menyadari terjadinya manipulasi pengetahuan di bawah tatanan penindasan yang terjadi. Entah disengaja atau

tidak, aliran-aliran sesat di era globalisasi harus dipandang sebagai bagian tidak terpisahkan dari fakta bahwa kemajuan teknologi yang ada belum dapat mencerahkan umat manusia karena teknologi hanya digunakan oleh sebagian kecil pemilik modal untuk mencari keuntungan. Ada reaksi atas hak-hak monopolistis itu, tetapi sebagian besar ketidakpuasan tersalurkan dalam bentuk eskapisme, yang terwujud dalam bentuk munculnya aliran-aliran kepercayaan dan gerakan-gerakan yang menyimpangkan antara realitas objektif dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk mendukung keseimbangan capaian teknologis yang ada.

Di negara yang paling maju sekalipun, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang ada di masyarakatnya tak dapat mencegah munculnya berbagai macam "aliran sesat". Tak heran jika di sana gerakan-gerakan yang beraliran sesat muncul dalam berbagai macam bentuk. Sebagaimana dikisahkan Allan Wood dan Ted Grants,[107] dua tahun setelah William Rees-Moff (mantan editor harian *Times* di London dan seorang konservatif tulen), mengatakan dalam bukunya *The Great Reckoning: How the World Will Change in the Depression of the 1990s*', "Jepang merupakan negara yang aman dari aliran sesat karena masyarakatnya yang maju dan tidak retak, serangan gas yang mengerikan di jalur kereta bawah tanah Tokyo menarik perhatian dunia. Kegiatan teroristik itu dilakukan oleh sebuah kelompok keagamaan fanatik yang cukup besar. Serangan itu menyadarkan bahwa di Jepang krisis ekonomi telah menamatkan masa-masa keemasan tanpa pengangguran dan ketidakstabilan sosial."

Di abad 21 ini, globalisasi kapitalisme menyeruak dengan daya dukung hubungan sosial tempat kelas kapitalis memihak pada cara pandang yang rasional atas dunia tinggallah kenangan. Ini adalah proses komunikasi. Irasionalitas merasuki kaum kapitalis di abad

107. Allan Wood dan Ted Grants, *Reason and Revolt.*, (Yogyakarta: IRE Press, 2006).

ini, tidak seperti pada awal-awal kemunculannya yang memegang filsafat rasional dan dialektis. Irasionalitas kelas kapitalis merupakan pesan (*message*) yang disebarkan melalui media dan diterima oleh masyarakat. Akhirnya, irasionalitas menyebar dan mencirikan masyarakat kapitalisme dewasa ini.

Sebagaimana terjadi di negara-negara Barat, mereka mulai mengadopsi pemikiran konservatif dalam melihat perkembangan masyarakat. Seakan terjadi pembalikan cara pandang karena kemunculan industrialisasi kapitalis di Barat dulu dilakukan dengan mengalahkan pandangan konservatif Abad Kegelapan yang didasarkan pada takhayul. Kaum kapitalis begitu menjunjung tinggi renaissans (pencerahan) dan mendorong penyelidikan ilmiah dengan demokrasi dan kesetaraan sebagai prinsip perjuangannya. Di Prancis, negeri yang menjadi klasik dalam kancah ekspresi politik dari revolusi borjuis, kaum borjuasi di tahun 1789—1793 melancarkan revolusinya di bawah "bendera akal". Jauh sebelum mereka meruntuhkan tembok Penjara Bastille, diruntuhkannya tembok-tembok kukuh takhayul dan mistik di dalam benak kaum laki-laki dan perempuan. Di masa mudanya yang revolusioner ini, kaum borjuasi Prancis berwatak rasional.

Sekarang ternyata lain. Dalam epos pembusukan kapitalisme sekarang ini, proses yang semula dijalani, kini dijalankan ke arah kebalikannya. Mengutip Hegel, istilahnya "Akal menjadi Anti-Akal". Benar bahwa di negeri-negeri industri maju, agama "resmi" telah membeku. Gereja-gereja tidak lagi didatangi orang yang bersembahyang dan semakin jatuh ke dalam krisis. Sebagai gantinya, kita melihat satu "wabah Mesir", yaitu bertumbuhnya sekte-sekte keagamaan yang aneh-aneh, yang diiringi dengan berkembangnya berbagai jenis ajaran mistis dan segala macam takhayul. Wabah fundamentalisme agama yang mengerikan, baik Kristen, Yahudi, Islam, dan Hindu. Fakta itu adalah satu perwujudan kemandegan yang dialami masyarakat. Sejalan dengan semakin mendekatnya

abad baru, kita dapat mengamati kemunduran yang dahsyat dari masyarakat, kembali ke Abad Kegelapan. Rasa kehilangan arah dan pesimisme menemukan cerminannya dalam segala macam cara, tidak harus selalu dalam bidang politik. Irasionalitas yang mendominasi ini bukanlah satu kebetulan belaka. Semua itu adalah cerminan psikologis atas satu dunia tempat nasib umat manusia dikendalikan oleh satu kekuatan yang mengerikan dan tampaknya tak dapat terpecahkan. Jadi, tampak jelas bahwa aliran sesat hanya akan dapat diberantas jika kita memiliki tanggung jawab untuk bertindak dalam mengatasi kontradiksi pokoknya yang ada dalam hubungan ekonomi-politik kita. Aliran sesat bukan hanya urusan agama, melainkan lebih dari itu, ia adalah masalah ekonomi. Krisis kesejahteraan di negeri ini harus diatasi dulu agar ketimpangan masyarakat yang ada tidak menimbulkan ketimpangan daalam menafsirkan suatu realitas dan ajaran yang juga tak bisa dipisahkan dari realitas.

Fakta bahwa banyak masyarakat miskin yang kian bodoh dan tak mampu mengetahui berjalannya sistem yang menindas mereka adalah bukti keberhasilan kaum penindas untuk membuat mereka tunduk dan patuh pada kondisi yang ada. Rakyat miskin yang berbaris sepanjang sejarah era ini tidak juga menemukan pencerahan dan kesadaran matang pada saat abad sudah mampu memangku pemancar-pemancar informasi dan komunikasi yang konon semakin memudahkan orang untuk berinteraksi—apalagi akses pendidikan hanya semakin sulit pada saat pendidikan mahal (dikomersialisasi). Kebudayaan kuno kian mengglobal dan informasi mengalir deras. Namun ironisnya, di tengah-tengah capaian teknologi yang memudahkan mengeksploitasi alam untuk kebutuhan manusia, kelaparan dan keterbelakangan pun masih banyak terjadi.

Kekayaan berada di tangan kaum bisnis korporasi yang menguasai kekayaan yang cakupannya menjagat. Sedangkan, di luar rumah-rumah mewah dan kantor-kantor menjulang, keterbelakangan tak sulit ditemukan. Keterbelakangan dan kemiskinan itu hanya dapat

dijumpai oleh mereka yang mau terjun langsung ke masyarakat dan melihat dengan menggunakan pikiran yang benar. Kaum korporasi bisnis dan kerabat-kerabatnya sulit melihat kenyataan adanya kontradiksi hidup dan kemiskinan karena mereka terbiasa berada di tempat-tempat yang mewah, bersenang-senang dalam istana kaca. Bayangkan jika dunia dikendalikan oleh sedikit orang yang memiliki perusahaan yang jangkauannya mendunia dengan keuntungan yang besar, orang yang kerjaannya hanya menghitung keuntungan tiap detiknya yang dapat diketahui dan dikalkulasi oleh komputer pribadinya. Bisa jadi yang menghitungnya adalah sekretarisnya yang juga berperan sebagai perempuan seksi yang melayani nafsu seksualnya di ruangan itu.

Lalu, pengendali dunia ini tak pernah hidup kecuali mendapati kesenangan tiap waktu, berlibur di tempat-tempat yang menyenangkan—yang bisa memilih tempat mana pun di penjuru dunia—karena apa pun yang diinginkan terpenuhi. Maka, dapat kita pastikan bahwa sang pengendali dunia, keluarga, atau rekan-rekannya termasuk orang yang tak pernah sama sekali melihat realitas kesedihan (kemiskinan) karena memang tidak ada pengalaman dalam hidupnya yang bernama "kesusahan". Setiap kesedihan yang disebabkan oleh hal kecil pasti dengan cepat dapat ditutupi dengan kesenangan yang lebih besar. Dikhianati istri atau "pacar"-nya bukanlah kesedihan yang berarti karena dengan cepat sang hartawan penguasa dunia bisa mendatangkan perempuan-perempuan model seksi dari benua mana pun.

Singkatnya, kesenangan hidup yang tak dapat dinikmati semua orang dari para penguasa jagat atau pengendali kebudayaan kapitalis global inilah yang menimbulkan dekadensi cara pandang. Tidak ada kamus kesusahan dan kemiskinan dalam dirinya, bahkan tak ada memori sedikit pun tentang kemiskinan dalam ingatannya. Bisa jadi dalam suatu waktu seorang berkata padanya, "Tuan, kapitalisme dan pasar bebas yang Anda kehendaki telah menimbulkan kemiskinan

di mana-mana." Dia pasti akan terheran-heran karena, tentang kemiskinan dan kesedihan yang dimaksud, ia tak melihatnya, tak pernah sekalipun. Ia memang pernah mempelajari teori-teori kemiskinan yang memang diajarkan di sekolah-sekolah mewah hingga jenjang tertinggi sekalipun.

Akan tetapi, ia tak pernah melihatnya, apalagi mengalaminya, bahkan mungkin menghindar saat melihat kemiskinan sebagaimana ia selalu jijik saat melewati kampung atau perkotaan yang kumuh, bau, dan tak sedap dipandang mata. Sang miliuner ini pernah terjun ke alam, tetapi yang merupakan tempat wisata yang indah, dengan vila, mungkin berbukit-bukit atau hutan, tetapi di sana tidak terlihat pun petani, pengemis, atau pengamen. Mungkin juga ia telah membeli pulau.

Keluarga, saudara, dan rekan-rekan tuan kapitalis tentu juga merupakan kalangan yang memiliki pengalaman hidup yang sama. Intinya, orang-orang yang merasa nyaman dengan sistem kapitalis ini adalah mereka yang berkuasa, baik pada level global maupun nasional. Cara pandang dan berpikir mereka jauh dari pola pikir universal karena mereka memandang hidup dengan satu dimensi (cara pandang orang-orang kaya/kelas elite atau—kata Karl Marx—'cara pandang kelas').

Kemiskinan berusaha dicitrakan sedemikian rupa oleh media orang kaya agar tampak biasa dan wajar. Tampaknya, kapitalisme memang punya cara kerja yang bagus untuk menyembunyikan penindasan yang dilakukannya. Simak kisah yang ditulis seorang pengamat bernama Jeremy Seabrook dalam bukunya *Kemiskinan Global* berikut ini:

> "Orang miskin dibentuk ulang dalam citra orang kaya. Mereka menjadi subjek berondongan publisitas dan iklan, untuk memiliki dan untuk membelanjakan...di kalangan yang terpinggirkan, budaya itu membangkitkan suatu karikatur partisipasi pasar kejahatan, penyalah-gunaan obat, kecanduan, persaingan...

> tersingkir dari pasar global, kaum muda menjadi prajurit bayaran transnasional, dalam kancah perang untuk memenangkan logo dan merek. Obsesi mereka pada emblem yang menunjukkan kepemilikan—kaos, jeans, pakaian olah-raga, telepon genggam—mendorong mereka melakukan apa pun untuk menggenggam barang-barang itu."[108]

Saat kapitalisme mendapatkan banyak serangan atau kritikan yang membuat tatanan ini goyah, sering di antara mereka berpikir tidak rasional lagi—atau memang telah tak terbiasa berpikir rasional karena kehendak subjektifnya sejak kecil selalu terpenuhi dengan kekayaannya. Mereka tak lari pada ilmu pengetahuan, mereka pun lari pada upaya untuk menenangkan diri, mengetuk-ngetuk pintu menuju ruang kegelapan. Kelas penindas memang akan selalu dikejar-kejar bayangan orang-orang yang ditindasnya, atau musuh-musuhnya. Saat pintu gerbang istana mereka telah dianggap jebol dan daya tahan prajurit tak mampu menghalau kekuatan musuh, sang raja mencari-cari pintu menuju ruang gelap untuk bersembunyi dengan harapan jalan itu akan berujung pada tempat persembunyian yang aman dan masih nikmat untuk ditempati.

Sebagai hasil tatanan penindasan yang memang selalu cenderung melahirkan pemikiran yang tak ilmiah, tak didasari nalar, dan berdasar pada ketidaktahumenahuan. Dalam keputusan politik kaum borjuis, keputusan itu didasarkan pada bisikan dan nasihat orang yang mengambil keputusan dengan klenik atau takhayul. Mungkin Anda belum pernah mendengar, tetapi jangan heran kalau baru mengerti bahwa keputusan-keputusan Presiden AS (negara utama pembela kapitalisme global) ternyata didasarkan pada petimbangan paranormal. Ronald dan Nancy Reagan secara teratur berkonsultasi dengan para astrolog mengenai tindakan-tindakan mereka, baik yang

108. Jeremy Seabrook, *Kemiskinan Global*, (Resist Book, Yogyakarta, 2006).

besar maupun yang kecil. Di bawah ini adalah kutipan dari buku Donald Regan, *For the Record*:[109]

> "Hampir setiap pergerakan dan keputusan besar yang diambil Reagan selama masa saya menjabat sebagai kepala staf Gedung Putih terlebih dahulu diperbincangkan dengan seorang perempuan di San Fransisco yang melihat horoskop untuk memastikan bahwa semua planet terletak dalam posisi yang menguntungkan untuk mendukung keberhasilan keputusan tersebut. Nancy Reagan kelihatannya memiliki kepercayaan mutlak kepada kekuatan supernatural dari perempuan ini, yang telah meramalkan bahwa 'sesuatu' yang buruk akan terjadi pada presiden beberapa waktu menjelang percobaan pembunuhan terhadapnya di tahun 1981.
>
> "Sekalipun saya belum pernah bertemu muka dengan peramal ini—Nyonya Reagan selalu menyampaikan hasil peramalannya setelah ia berkonsultasi dengan peramal itu melalui telepon—perempuan itu telah menjadi faktor yang demikian khusus bagi kerja-kerja saya, dan dalam urusan-urusan negara yang tertinggi, saya menyimpan satu kalender yang diberi kode berwarna (hari 'baik' dengan warna hijau, hari 'buruk' dengan warna merah, dan hari 'yang tidak jelas' dengan warna kuning) sebagai pegangan untuk menjadwalkan perjalanan presiden Amerika Serikat dari satu tempat ke tempat yang lain, atau untuk menjadwalkan pidatonya, atau menjadwalkan negosiasi dengan pemerintah-pemerintah asing.
>
> "Sebelum saya tiba di Gedung Putih, Mike Deaver telah menjadi orang yang mengintegrasikan horoskop Ny. Reagan ke dalam jadwal kepresidenan.... Hasil dari kerahasiaan dan loyalitasnyalah sehingga hanya sedikit orang di Gedung Putih yang tahu bahwa Ny. Reagan adalah bagian dari problem mereka (ketika menunggu jadwal)—lebih sedikit lagi yang tahu bahwa seorang peramal di San Fransisco adalah penentu sejati dari jadwal kepresidenan. Deaver memberitahu saya bahwa ketergantungan Ny. Reagan terhadap kultus ini sudah berjalan lama, sejak suaminya masih menjadi Gubernur Negara Bagian, ketika itu ia menyandarkan diri pada peramalan dari Jeane Dixon yang terkenal itu. Belakangan ia kehilangan kepercayaan pada kekuatan ramalan Dixon. Tapi,

109. Dikutip dalam Allan Wood, *Reason and Revolt,* (Yogyakarta: IRE Press, 2006).

> Ibu Negara kelihatannya memiliki kepercayaan mutlak pada bakat supranatural dari perempuan di San Fransisco itu. Dan, kelihatannya Deaver telah berhenti berpikir bahwa ada sesuatu yang istimewa dalam garis komando yang mengambang ini.... Baginya hal itu hanyalah satu masalah kecil dalam kehidupan seorang hamba dari seorang besar. 'Setidaknya,' katanya, 'peramal yang ini tidaklah seaneh yang terdahulu.'"

Jika sekolah dan pendidikan gagal, ketika orang-orang—bahkan para pengambil kebijakan—menyelesaikan sesuatu bukan berdasarkan akal sehat, ketika komunikasi berjalan secara terhambat untuk menyampaikan pesan kemanusiaan universal, masalah diselesaikan dengan cara minta pertimbangan dukun atau dengan cara irasional.

Bayangkan, masih menurut kisah buku yang ditulis orang dekat Presiden AS tersebut, konsultasi pada dukun dan astrologi digunakan untuk merencanakan pertemuan puncak antara Reagan dan Gorbachev, sesuai dengan apa yang dikatakan oleh peramal keluarga istana, tapi tidak semua hal berjalan mulus antara kedua Ibu negara karena hari lahir Raisa Gorbachev tidaklah diketahui. Pergerakan ke arah "ekonomi pasar bebas" di Rusia sejak itu telah menebarkan berkah peradaban kapitalis di negeri sial itu—pengangguran massal, disintegrasi sosial, pelacuran, mafia, tingkat kejahatan yang mencapai rekornya, serta penyalahgunaan obat-obatan dan agama.

Belakangan di Rusia liberal, setelah ajaran materialisme-dialektika-historis Marx-Lenin ditinggalkan, diketahui bahwa Yeltsin juga berkonsultasi dengan para astrolog. Dalam hal ini juga, kelas kapitalis yang baru lahir di Rusia telah menunjukkan dirinya sebagai murid-murid yang setia dari para guru mereka di Barat. Gejala itu tentunya juga merupakan suatu kondisi budaya yang meluas di berbagai negara. Blok sosialis runtuh, era baru penindasan kelas dimulai kembali.

Pergeseran menuju tradisi kembali ke dunia gelap di kalangan penguasa politik dan ekonomi kapitalis itulah yang menunjukkan

bahwa kebudayaan kita sebenarnya tengah menuju pada kemunduran yang paling tak dapat dibohongi. Krisis ekonomi yang merupakan penyakit bawaan kapitalisme selalu menimbulkan kebingungan dan kepanikan.

B. Globalisasi Kapitalis, Kemiskinan, dan Komunikasi Antar-kelompok

Kita bisa merasakan langsung bagaimana komunikasi terhambat di era yang konon sudah sangat maju. Bila kita memahami terjadinya "global paradox",[110] ternyata globalisasi yang disokong oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi menyebabkan apa yang disebut "neo-tribalisme" atau bentuk suku primitif yang baru, semacam kelompok orang bergerombol membentuk identitas kelompok yang fanatis dan tidak rasional yang menganggap kelompoknya lebih benar.

Tak heran jika kemudian gejala konflik kesukuan, agama, dan sentimen antar-kelompok justru kian menguat di era globalisasi. Janji globalisasi untuk membuat manusia berpikir universal dan hadirnya dunia damai atas nama kemanusiaan justru tidak terjadi. Hal itu terjadi karena globalisasi kapitalis menimbulkan kemiskinan dan jurang kelas antara yang kaya dan miskin, yang kadang melekat dalam jurang perbedaan antar-kelompok. Misalnya, yang kaya

110. "Global Paradox" adalah istilah yang digunakan oleh ohn Naisbitt (1988), dalam bukunya yang berjudul *Global Paradox* ini memperlihatkan hal yang justru bersifat paradoks dari fenomena globalisasi. Naisbitt (1988) mengemukakan pokok-pokok pikiran lain yang paradoks, yaitu semakin kita menjadi universal, tindakan kita semakin kesukuan, dan berpikir lokal, bertindak global. Hal ini dimaksudkan kita harus mengonsentrasikan kepada hal-hal yang bersifat etnis, yang hanya dimiliki oleh kelompok atau masyarakat sebagai modal pengembangan ke dunia internasional. John Naisbitt, *Global Paradox: Semakin Besar Ekonomi Dunia, Semakin Kuat Perusahaan Kecil*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994).

kebetulan Barat, yang miskin Timur atau Islam. Yang kaya non-Muslim, dan yang miskin Muslim.

Benar bahwa dalam globalisasi terjadi kemajuan teknologi, tetapi apakah kemajuan itu meningkatkan pengertian dan komunikasi (pertukaran pesan) antar-kelompok atau justru malah menghambat terciptanya komunikasi antar-kelompok budaya. Ciri-ciri gejala globalisasi yang dipaparkan Ulrich Beck dalam tulisannya *Wie wird Demokratie im Zeitalter Globalisierung moegligh?—Eine Einleitung* yang dirangkum oleh Shindunata:[111]

1. De-teritorialisasi

   De-teritorialisasi ini mengacu pada gejala runtuhnya batas-batas geografis dalam hubungan, baik bidang ekonomi, politik, maupun sosial. Batas peraturan teritorial di antara negara yag mengatur seluk-beluk produksi hilang diganti dengan transaksi global. Bukan lagi negara yang mengatur masyarakat dalam hal produksi, melainkan organisasi global yang melakukannya.

   De-teritorialisasi lebih tepatnya adalah menghilangnya keteritorialan yang membentuk hidup manusia, membangun kesosialan dan struktur sosial, serta membatasi aktivitas manusia. Keterbatasan itu menjadi unsur kebudayaan, ekologi, ekonomi, politik, dan psikologi manusia. Identitas manusia menjadi sempit gara-gara sempitnya ruang geografis. Globalisasi akan membawa perubahan ke arah identitas dan hubungan manusia yang global.

2. Trans-nasionalisme

   Trans-nasionalisme adalah lintasan yang melampaui nasionalisme dan merupakan paradigma yang baru. Pertama-tama, hal ini perlu dibedakan dengan internasionalisme dan internasionalisasi.

111. Sindhunata, "Dilema Globalisasi", dalam *BASIS* No. 01-02, Tahun Ke-52, Januari-Februari 2003, hlm. 6—7.

Internasionalisasi, dulu maupun sekarang, berarti berkonsentrasinya jaringan kekuatan-kekuatan ekonomi dalam satu blok, misalnya kekuatan konsentrasi ekonomi blok Asia, blok Eropa, dan blok Amerika. Blok-blok konsentrasi ini memiliki batas yang jelas. Ada kekuatan yang kuat dan ada yang lemah.

Di bidang perdagangan, transnasionalisme diam-diam akan menggantikan sistem perdagangan nasional yang selama ini berlaku. Bukan lagi kekuatan organisatoris yang nasional-teritorial itu yang akan memainkan perdagangan dan memperebutkan "kue" yang dihasilkan, melainkan kekuatan trans-nasional.

3. Multi-lokal dan Trans-lokal
   Tidak berarti bahwa trans-nasionalisasi atau globalisasi ini tidak terkait dengan "tempat". Trans-nasionalisasi atau globalisasi memungkinkan manusia untuk membuat tindakan simultan dalam pelbagai tempat yang berbeda sekaligus. Global di sini berarti 'trans-lokal'. Globalisasi bukanlah suatu yang mengambangkan apa saja dengan dalih keuniversalan. Akan tetapi, bukan berarti tidak terikat pada tempat. Tempat atau kebertempatan bukan hilang, melainkan diberi makna yang baru. Inilah yang kemudian muncul istilah dari Roland Robertson: "glokalisasi". Apa yang lokal bukannya tidak penting, tapi justru dapat arti yang baru dalam hubungan masyarakatnya.

Globalisasi sebagai proses terkait dengan istilah *Globalution*, yaitu paduan dari kata *globalization* dan *evolution*.[112] Dalam hal ini, globalisasi adalah hasil perubahan (evolusi) dari hubungan masyarakat yang membawa kesadaran baru tentang hubungan/interaksi antar-umat manusia.

112. "Wawancara khusus dengan Friedman", dalam *Tempo*, No. 34/XXIX/23-29 Oktober 2000, hlm. 108.

Dalam bidang ekonomi, secara umum globalisasi disebabkan oleh penurunan hambatan-hambatan dalam perdagangan dan investasi serta kemajuan teknologi. Kenichi Ohmae menyebutkan faktor-faktor globalisasi sebagai 4I (Investasi, Industri, Informasi, Individual).[113] Perkembangan investasi terjadi karena perkembangan pasar modal yang menjadikan negara-negara maju memiliki kelebihan modal untuk kemudian dilakukan investasi secara meluas. Industri juga mengalami globalisasi disebabkan oleh strategi perusahaan multinasional modern yang tidak lagi dibentuk dan dikondisikan oleh alasan kenegaraan. Informasi juga dipicu oleh perkembangan teknologi yang membuat manusia menemukan cara pandang baru yang memperluas perasaan dan interaksi global. Sedangkan, individu juga mengalami pemaknaan baru. Dari sudut pandang ekonomi kapitalis, individu sebagai konsumen mengalami perubahan orientasi secara global, terutama akses yang lebih baik terhadap informasi gaya hidup. Kapitalisme global membawa paham liberalisme dan individualisme untuk menciptakan stabilitas ekonominya.

Sedangkan, menurut beberapa ahli yang lain, faktor-faktor globalisasi adalah:

- Inovasi teknologi dan meningkatnya jaringan infrastruktur, seperti sistem komunikasi internasional, pemukiman, kredit, asuransi, dan perkembangan pasar yang mengurangi ongkos sistem perdagangan dan perkembangan internasional;
- Menurunnya biaya transportasi;
- Kebijaksanaan pemerintah dalam bidang investasi dan perdagangan internasional; dan
- Faktor dan proses produksi dalam suatu negara.[114]

---

113. Kenichi Ohmae, "Berakhirnya Negara Bangsa". Terjemahan Sunarto Ndaru Mursito, dalam *Jurnal Analisis CSIS* tahun XXV No. 2, 1996.

114. Robert O. Keohane, Milner (eds.), *Internationalizatuion and Domestic Politics*, (Cambridge-UK: Cambridge University Press, 1996), hlm. 167—169.

Hal itu memang terjadi. Globalisasi adalah kenyataan, bukan hanya ide. Maka, sebagai realitas, dia harus diletakkan sebagai suatu yang objektif. Hubungan global, antara bangsa, antara kekuatan-kekuatan sosial, dan kekuatan bisnis menunjukkan perkembangan dalam globalisasi.

Dalam banyak hal, globalisasi dilihat sebagai kemajuan baru oleh orang awam. Hal ini terjadi karena yang muncul dalam pandangan publik itu adalah kemajuan teknologi, media informasi dan telekomunikasi, misalnya lewat simbol-simbol MTV, internet, surel, perangkat lunak, telepon seluler, dan lain-lain yang memang memudahkan kehidupan modern—meskipun peralatan dalam beberapa jenis itu tidak dapat diakses oleh semua manusia, tetapi oleh kalangan kecil dari kelas atas. Akan tetapi, itu semua hanyalah mengenai alat komunikasi, bagian kecil kekuatan produksi kapitalisme global. Yang ditekankan dalam keperluan sistem ini adalah perkembangan tenaga produktif yang luas dalam dialektikanya dengan hubungan produksi kapitalis, yang juga berkaitan di dalamnya berbagai organisasi, sistem, dan mekanisme yang kurang diperhatikan dan kurang dipahami publik dengan baik.

Dengan pemahaman awam, fenomena globalisasi tidak dilihat secara material dan objektif berdasarkan hubungan antara kekuatan-kekuatan ekonomi dan politik yang ada di dalamnya. Globalisasi tampaknya harus dilihat secara objektif dan dialektis. Banyak pengamat yang mencoba mendefinisikan globalisasi dan neoliberalisme sebagai fenomena baru, berbeda dan terpisah dari imperialisme. Padahal, sesungguhnya fenomena ini bukanlah hal yang baru. Baik globalisasi dan imperialisme keduanya merupakan sistem masyarakat dan hubungan sosial global yang lahir dan tumbuh dari pertumbuhan kapitalisme. Imperialisme adalah "anaknya kapitalisme".[115]

115. Soekarno, *Di Bawah Bendera Revolusi*, (Jakarta: Yayasan Pembaharuan, 1963), hlm. 262.

Imperialisme merupakan tingkat historis yang khusus dari kapitalisme, tingkat yang muncul pada akhir abad ke-19 sebagai lanjutan sikap pokok kapitalisme. Lenin dalam *Imperialism: The Highest Stage of Capitalism* sudah mengatakan pada 1979 tentang gejala globalisasi dan imperialisme sekarang ini. Ia menyebut ada lima ciri ekonomi yang terpenting dari imperialisme: (1) konsentrasi produksi dan kapital telah berkembang sampai pada tingkat yang demikian tingginya sehingga ia menitipkan monopoli yang memainkan peranan menentukan dalam kehidupan ekonomi; (2) perpaduan kapital bank dengan kapital industri, penciptaan yang didasarkan atas kapital finansial dan oligarki finansial; (3) ekspor kapital (berbeda dengan ekspor barang dagangan) memperoleh arti penting yang luar biasa; (4) pembentukan serikat kapitalis monopoli internasional yang membagi dunia di kalangan mereka sendiri; dan (5) pembagian teritorial atas dunia di antara negara kapitalis terbesar telah selesai.[116]

Ciri-ciri pertama dan terpenting dari imperialisme adalah "konsentrasi kekuatan produksi, bukan hanya pemusatan kekuatan produksi dalam satu cabang produksi yakni perbesaran kapital yang dicurahkan dalam satu perusahaan atau pabrik, melainkan penggabungan beberapa cabang produksi yang dibutuhkan dalam pembuatan satu produk. Di zaman modern ini, bentuk yang pertama disebut sebagai "monopoli", "kartel", atau "sindikasi". Sedangkan, bentuk yang kedua adalah "konglomerasi". Menurut Lenin, konglomerasi inilah yang justru menjadi ciri matangnya imperialisme. Prediksi bahwa "persaingan bebas" dalam kapitalisme mengandung kontradiksi di dalam dirinya, dan justru akan membawa pada monopoli, jauh-jauh hari telah diungkapkan oleh Karl Marx dalam *Manifesto Komunis*. Lenin dengan jitu memerhatikan bahwa

116. Lenin, *Imperialisme: Tingkat Tertinggi Kapitalisme*, (Jakarta: Yayasan Pembaruan, 1958), hlm. 125.

tahapan monopoli hanyalah awal imperialisme. Monopoli akan matang jika modal yang menguasai beberapa cabang produksi yang berhubungan kemudian menyatukan diri. Di masa saat ini kita melihat bahwa imperialisme telah mencapai tahap kematangannya, bahkan lebih maju melampaui apa yang dilihat Lenin pada masa hidupnya: konglomerasi yang telah mendunia. Baik Marx maupun Lenin telah meramalkan bahwa hal ini akan terjadi.[117]

Ciri yang kedua menurut Lenin adalah "oligarki kapital". Lenin menjelaskan bagaimana perubahan pada bank, dari sekadar perantara pertukaran menjadi penentu perputaran modal, merupakan prasyarat bagi terjadinya oligarki (kekuasaan mutlak) kapital. Terjadinya hal ini disebabkan karena bank menjadi tempat berkumpulnya uang. Di bawah kapitalisme, uang adalah komoditi super (*suppercommodity*) sehingga para pemegangnya menjadi kekuatan yang menentukan dalam ekonomi-politik. Bank pada akhirnya berubah menjadi penentu perputaran modal, baik kebijakan persetujuan kredit maupun melalui investasi yang dilakukannya sendiri.

Ciri kapitalisme adalah kesatuan antara industri dan birokrasi. Sejak terbentuknya negara (borjuis), birokrasi negara selalu berpihak (menjadi alat) para penguasa industri (kapitalis). Dari contoh paling baik dari hal ini adalah Amerika Serikat. Kita tidak bisa membedakan mana yang sesungguhnya adalah penguasa keuangan, penguasa industri, dan penguasa birokrasi. Ketiganya, di AS, membentuk satu kelembagaan baru yang oleh Lenin dinamakan "oligarki kapital". Di masa kini, oligarki kapital dapat dilihat dalam kasus Enron, sebuah perusahaan pemasok energi yang termasuk perusahaan terbesar nomor tujuh di AS. Kejatuhan Enron merupakan penyebab jatuhnya bangunan kartu yang rapuh dari pasar modal AS, yang gaungnya sangat besar bagi pasar modal dunia. Banyak fakta yang

117. Ken Buddha Kusumandaru, "Imperialisme: Memperkenalkan Konsep Lenin tentang Imperialisme", dalam *http://pdsorganiser.topcities.com/bacaanprogresif/Imperialisme1.htm.*

menunjukkan tentang tumpang tindih antara birokrasi, penguasa uang, dan penguasa industri di AS.[118]

Berikut ini dapat dijadikan contoh oligarki kapital sebagaimana digambarkan Lenin tentang imperialisme di abad 21 ini:[119]

- Enron menyumbang dana pemilu sebesar USD 1,7 miliar untuk Partai Republik sepanjang sejarahnya. Enron juga memberi sumbangan pada Partai Demokrat sebesar USD700 juta;
- Begitu Bush naik ke tampuk kekuasaan, para eksekutif Enron mengadakan pertemuan sampai enam kali dengan Wakil Presiden Dick Cheney untuk membahas kebijakan mengenai energi;
- Bush adalah pemegang saham Texas Oil Co., sedangkan Cheney adalah CEO di Halliburton, perusahaan peralatan pengeboran minyak;
- Kenneth Lay, CEO Enron, menjabat Bendahara/Penggalang dana dalam panitia kampanye Bush;
- Sebulan setelah menjabat presiden, Bush menunjuk Pat Wood, seorang eksekutif Enron, menjadi ketua dari Komisi Pengaturan Energi Federal;
- Enron didirikan tahun 1986 dan mulai mengeruk keuntungan di tahun 1987 ketika Presiden Bush Sr. mengesahkan deregulasi energi di California. Maka, yang mendapatkan kontrak penyediaan tenaga listrik setelah perusahaan listrik negara diswastanisasi adalah Enron;
- Pendanaan utama Enron datang dari Citigroup, sebuah grup perbankan raksasa yang salah satu komisarisnya adalah Robert Rubin, mantan Menteri Keuangan AS di bawah pemerintahan Clinton;
- Lawrence Lindsay, penasihat ekonomi pemerintahan Bush, adalah konsultan Enron;

118. *Ibid.*

119. *Ibid.*

- Thomas White, Sekretaris Departemen Pertahanan, adalah mantan wakil presiden Enron dan memiliki saham Enron sebesar USD100 juta;
- Karl Rove, penasihat politik Bush, memiliki saham Enron sebesar USD100 ribu;
- Bush, Cheney, dan Collin Powell (mantan Kepala Staf Angkatan Bersenjata, kini Menteri Luar Negeri) merupakan pelobi utama Enron ketika berhadapan dengan krisis utang Enron sebesar USD2,3 miliar pada pemerintahan India tahun 2001. Enron selamat karena tak perlu membayar sesen pun setelah menyatakan diri bangkrut; dan
- Setelah Bush menjadi presiden, ia membuat satu paket "stimulus" yang mencakup subsidi sebesar USD254 juta untuk Enron, di antaranya melalui Bank Ekspor-Impor Amerika Serikat.

Globalisasi kapitalis juga melahirkan korporasi industri media, mengorganisasi kegiatan penyampaian informasi, gagasan, dan pendapat yang mendukung hubungan yang menguntungkan. Industri media pun menjadi wilayah produksi (informasi, makna, ideologi) yang juga mendatangkan keuntungan besar. Sejak 1980-an, kepemilikan media, baik di AS maupun di dunia, semakin terkonsentrasi di tangan sedikit perusahaan media global. Mereka, misalnya, perusahaan, seperti American On-Line (AOL)-Time Warner, Viacom, Disney, Vivendi Universal, 20th Century Fox, dan Sony.

Industri media yang telah mengglobal tersebut menjadi semacam "misionaris" terhadap perkembangan kapitalisme global. Artinya, mereka merupakan kekuatan terorganisasi yang mengkhotbahkan fatwa-fatwa melalui informasi yang membuat masyarakat mengamini kapitalisme. Industri media telah merambah dunia, bahkan menciptakan sesuatu yang disebut oleh Marshal McLuhan sebagai "global village" (kampung global) atau yang disebut oleh Manuel Castells sebagai "masyarakat jaringan" (*network society*).

Jadi, dalam hal ini, macetnya komunikasi internasional dan lahirnya berbagai macam konflik antar-kelompok, sesungguhnya berakar pada konflik karena terjadinya penindasan kapitalisme dan imperialisme (globalisasi) terhadap rakyat miskin di dunia.

Keberadaan teknologi informasi dan komunikasi, modal, dan alat-alat produksi yang dikembangkan berujung pada terciptanya Oligarki Modal. Apa yang di zaman Lenin telah muncul gejala oligarki kapital ini, kini merupakan fenomena wajar dalam kancah ekonomi-politik dunia, yaitu imperialisme sebagai tahapan dari kapitalisme global. Fenomena imperialisme di atas dapat dibuktikan dengan fakta global dewasa ini: ada kecenderungan untuk mengonsentrasikan modal pada tiga blok imperialis utama: Jepang, Uni Eropa, dan Amerika Serikat. Lebih dari 70% aliran modal global (investasi langsung) terkonsentrasi di Amerika Serikat dan 68% dari investasi langsung Amerika Serikat ada di Jepang, Uni Eropa, dan Kanada. Tendensi ini semakin intensif sejak 1998, ketika krisis ekonomi Asia menerjang Korea dan Indonesia, dan modal mengalir ke negara-negara imperialis.

Ciri imperialisme yang ketiga adalah "ekspor kapital". Jauh-jauh hari, Lenin telah menjelaskan bahwa pertukaran barang secara internasional (ekspor produk) merupakan ciri kapitalisme dalam massa pertumbuhannya. Saat kapitalisme lahir, ia berkutat untuk memeras keuntungan dari kelas pekerja dalam batas-batas nasional mereka. Ketika sudah bertambah matang dan keuntungan mulai bertumpuk, mereka harus mulai mengekspor modal itu. Dengan kata lain, ia harus menanamkan modal di negara lain, utamanya negara-negara terbelakang yang kaya akan sumber daya alam dan kapitalismenya belum maju. Lenin dalam *Imperialism: The Highest Stage of Capitalism* mengatakan:

> "Di negeri-negeri terbelakang ini keuntungan biasanya tinggi, karena kapital jarang terdapat, harga tanah murah, tingkat upah rendah, harga bahan baku murah. Kemungkinan untuk ekspor capital tercipta oleh fakta bahwa sejumlah negeri terbelakang telah ditarik ke dalam hubungan kapitalis internasional; jalan kereta api telah atau sedang dibangun di sana, kondisi-kondisi dasar untuk perkembangan industri telah diciptakan, dan lain-lain."[120]

Pada kenyataannya, globalisasi menuruti hukum imperialisme ini sekarang. Laju ekspor kapital meninggi. Kapitalisme secara politik memaksa negara Ketiga untuk membuka pasar dan penanaman modal asing seluas-luasnya. Hal ini telah dijelaskan di atas dalam kaitannya antara globalisasi, neo-liberalisme, dan imperialisme.

Dari fakta itu, kita dapat menantang konsep yang digunakan oleh intelektual borjuasi yang tidak memadahi untuk menjelaskan realitas sejati dari fenomena global dewasa ini. Penggunaan istilah "imperialisme" untuk memahami dan menjelaskan globalisasi ini berdasarkan pada fakta globalisasi dalam potensi empirisnya dibandingkan potensi normatifnya.[121] Argumen ini juga didukung oleh fakta bahwa globalisasi yang terjadi dewasa ini bisa dipandang sebagai proyek kelas, bukannya sebagai suatu yang niscaya. Terutama, globalisasi dipandang tidak sebagai istilah khusus yang bermanfaat untuk mendeskripsikan dinamika proyek ini, tetapi lebih sebagai alat ideologis yang lebih digunakan untuk deskripsi daripada preskripsi yang akurat. Dengan demikian, globalisasi dapat diganti dengan sebuah istilah yang menggunakan nilai deskriptif dan kekuatan penjelas yang lebih kuat, yakni "imperialisme".[122]

---

120. *Ibid*.

121. Resivron Basir, "Membuka Topeng Konsensus Washington", dalam *Kompas*, Sabtu 19 April 2003, hlm. 33.

122. Argumen yang kuat dari perspektif ini diungkapkan secara mendalam dan argumentatif oleh James Petras dan Henry Veltmeyer dalam bukunya *Globalization Unmasked: Imperialism in the 21st Century* (2001). James Petras dan Henry Veltmeyer, *Imperialisme Abad 21*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2002).

Dengan menggunakan istilah "imperialisme" ini, jaringan lembaga-lembaga yang menentukan struktur sistem perekonomian global yang baru dilihat bukan dalam pengertian struktural, melainkan dalam pengertian kesengajaan dan ketergantungan, yang dikendalikan oleh orang-orang yang merepresentasikan dan berusaha mendahulukan kepentingan-kepentingan kelas kapitalis internasional yang baru. Kelas ini pada kenyataannya dibentuk berdasarkan lembaga-lembaga yang meliputi sekitar 37.000 perusahaan transnasional (TNC), unit-unit kerja kapitalisme global, penyalur-penyalur modal dan teknologi, serta agen-agen besar tatanan imperial baru. Perusahaan-perusahaan transnasional tersebut bukan hanya menjadi penyangga organisatoris tatanan imperial ini, yang juga termasuk Bank Dunia, IMF, dan lembaga-lembaga keuangan internasional lain (IFI) yang mengklaim diri sebagai "komunitas keuangan internasional", atau apa yang disebut Barnet dan Cavenagh[123] sebagai "jaringan keuangan global". Tatanan dunia baru ini juga disangga oleh banyak sekali forum perencanaan dan kebijakan strategis global, seperti G-7, Komisi Trilateral (TC), dan WEF (*World Economic Forum*), serta aparatur

123. John Cavanagh adalah salah seorang akademisi yang melihat globalisasi dalam perspektif kritis. Bersama pengarang lain yang dilaporkan oleh *Alternatives Committee of the International Forum on Globalization* ('A Better World is Possible: Alternative to Economic Globalization', Spring 2002), mereka mengatakan bahwa globalisasi yang diarahkan oleh para korporasi bisnis (*corporate-led globalization*) dan "gerak modal yang tak terbatasi" (*unrestricted movement of capital*) memberikan pada perusahaan-perusahaan transnasional keuntungan yang luar biasa dan menghasilkan ancaman sosial, ekonomi, dan politik bagi mayoritas penduduk dunia. Laporan itu juga secara kuat mengkritisi program-program nasional yang mengabaikan tanggung jawab sosial dan lingkungan, privatisasi, dan komodifikasi pelayanan publik, penghilangan (erosi) kekuatan-kekuatan tradisional, dan kebijakan-kebijakan dalam negara yang demokratis serta komunitas-komunitas lokal, eksploitasi yang tak terbatas dari sumber daya planet, mempromosikan konsumerisme rakus, dan juga homogenisasi kebudayaan global. David Michael Smith, "*The Growing Revolt Againts Globalization*", dalam *http://www.impactpress.com/articles/augsep02/globalization890html.*

pemerintahan di negara-negara yang menjadi pusat sistem yang telah direkstrukturisasi sedemikian rupa sehingga dapat melayani dan merespons kepentingan-kepentingan modal global. Seluruh lembaga tersebut merupakan sebuah bagian integral dari imperialisme baru, yaitu sistem "pemerintah global" baru.[124]

Tidak seperti pembela dan teoretisi globalisasi yang mengatakan bahwa kondisi dunia saat ini justru mereduksi disparitas-disparitas (ketidakadilan pendapatan), tesis para pendukung imperialisme tentang "globalisasi" justru lebih realistis dalam mengungkapkan fakta disparitas dan ketidakadilan yang pada kenyataannya semakin tinggi. Para pendukung teori globalisasi juga mengakui hal itu. Akan tetapi, dengan mengacu pada teori yang telah menjadi doktrin, ketidakadilan-ketidakadilan yang semakin tinggi pada umumnya dipandang hanya sebagai dampak jangka pendek yang tidak terelakkan dari proses pertumbuhan yang diserahkan ke pasar karena meningkatnya angka tabungan nasional dan kecenderungan yang semakin besar untuk menginvestasikan tabungan ini. Mereka juga mengagung-agungkan pasar dengan penggambaran bahwa globalisasi sedang membuat jagat "terintegrasi" dan interdependen.

Sedangkan, para pendukung teori imperialisme telah menunjukkan bahwa "doktrin-doktrin" para "globalis" itu telah terbantahkan. Pandangan para globalis yang mendeskripsikan pasar dunia yang tersusun dari perekonomian-perekonomian nasional yang integral dan interdependen itu semuanya dihancurkan oleh peristiwa-peristiwa yang mengarah pada dan mengikuti bangkrutnya perekonomian Asia, ketika pinjaman-pinjaman yang tidak sanggup dibayar menyebabkan kebangkrutan bank-bank dan perusahaan-perusahaan secara masif. Rezim-rezim Asia yang mengulurkan mangkuk peminta-minta kepada bank-bank besar di Eropa, Amerika Utara, dan Jepang menunjukkan hubungan-

124. James Petras dan Henry Velmeyer, *Imperialisme*…, hlm. 9—10.

hubungan imperial dalam hubungan ekonomi global saat ini. Perusahaan-perusahaan transnasional AS dan Eropa yang membeli saham perusahaan-perusahaan besar di Asia secara murah, di bawah perintah pimpinan-pimpinan AS dan Eropa sebagai pembiayaan ulang, memperlihatkan watak imperial dari hubungan-hubungan antar negara dalam ekonomi-politik dunia secara lebih jauh lagi. Akibat krisis yang terjadi di Asia dan Amerika Latin, tempat negara-negara pengutang menjadi pihak yang kalah dan lembaga-lembaga keuangan imperial menjadi pemenang tidak menggambarkan "integrasi" dan interdependensi, tetapi lebih merupakan subordinasi dan imperialisme.[125]

Ketika "globalisasi adalah gelombang masa depan bagi para spekulator dan para cukong", pada dasarnya ada tiga macam kritik yang bisa disampaikan pada kaum globalis—sekaligus untuk menegaskan bahwa konsep imperialisme sangat tepat untuk menggambarkan fenomena globalisasi—pertama, ekspansi global berakar pada sejarah dan dibentuk oleh kondisi-kondisi politik, sosial, dan kultural tertentu. Kaum globalis mengontribusikan keniscayaan pada korelasi konjungtural antara kekuatan-kekuatan yang bisa jatuh. Kedua, kepentingan-kepentingan sosio-ekonomi yang melekat pada proyek globalis hanya diperuntukkan bagi kalangan monoritas, baik di negara-negara penjajah maupun di antara kolaboratornya di negara-negara terjajah dalam jaringan global. Kritik ini mengolok-olok analisis yang keliru dalam membedakan bagaimana minoritas tersebut menentukan dan memperturutkan kepentingan-kepentingannya dengan kebutuhan, kepentingan, dan masa depan seluruh umat manusia. Lebih dari itu, olok-olok ini merupakan puncak kebodohan karena mengabaikan dampak diferensial yang ditimbulkan oleh globalisasi pada kelas, ras, generasi, dan gender yang berbeda-beda.

125. *Ibid.*, hlm. 25—30.

Ketiga, melekatkan ciri-ciri behavioral dan kekuasaan politik pada entitas-entitas abstrak seperti pasar berarti menurunkan tanggung jawab seorang intelektual untuk mengidentifikasi lembaga-lembaga dan para pembuat kebijakan yang merupakan pembentuk pasar. Upaya untuk mereduksi semua pasar menjadi satu yang dimiliki dan dijalankan oleh sebuah kelas khusus dan diawasi oleh sebuah negara merupakan puncak reduksinisme abstrak. Maka, dapat dipahami jika disebutkan bahwa kelas-kelas yang berkuasa mendikte bentuk-bentuk pertukaran pasar kontemporer.[126]

Masyarakat internasional yang tertindas seharusnya mampu mengomunikasikan kebutuhannya agar ketidakadilan yang menimpanya didengarkan lalu mereka mendapatkan perlindungan secara ekonomi. Akan tetapi, ini merupakan harapan utopis karena penindasan ekonomi secara otomatis akan menjauhkan mereka dari kemampuan untuk berkomunikasi. Jadi, ada proses tuntutan dan kebutuhan yang terhambat, tak dapat dikomunikasikan secara objektif. Inilah yang menyebabkan mereka mengomunikasikan secara "ngawur". Hal ini jugalah yang menyebabkan sentimen dan kebencian kelompok meluas.

Karena tertindas, dalam banyak hal, cara berpikir rakyat miskin cenderung "ngawur" sehingga orang yang seharusnya menjadi saudaranya justru dianggap musuh, orang yang sama-sama ditindas justru tak rukun. Sang penindas biasanya memang akan membuat ketidakrukunan sesama tertindas terjadi, laki-laki dan perempuan dipecah belah, sesama orang miskin dipecah belah dengan alat sentimen agama, suku, sentimen antar-kampung, dan lain-lain.

Musuh rakyat miskin seharusnya adalah kelas kapitalis-imperialis penindas yang korup, yang mengundang para modal asing (imperialis) mengeruk emas, tembaga uranium, minyak dan gas, dan berbagai kekayaan bumi kita. Namun, mengapa sesama orang miskin

126. *Ibid*., hlm. 77—78.

justru saling curiga dan membenci karena perbedaan agama, suku, dan lain-lain? Apalagi, kalau bukan karena memang ada agen-agen yang bertugas memelihara dan ciptakan kebencian antar-agama itu agar ketidakadilan ekonomi dapat terjadi dan para penindasan tetap selamat dengan kenikmatannya sendiri dalam hidup.

Kadang klaim-klaim kebenaran agama yang dibesar-besarkan, bukannya meneliti apa yang ada di balik simbol-simbol dan penampakannya, bukan hakikinya. Mereka mengatakan bahwa musuh kita adalah agama lain (Nasrani, Yahudi, Barat, dan lain-lain). Tujuannya adalah agar kita hanya bisa makan agama dan larut dalam kepasrahan dan harapan akan surga (dengan bidadari-bidadarinya) kalau kita mau berjuang hanya untuk kelompok kita sendiri.

Memang, Amerika sebagai negara imperialis utama (penjajah), terutama pada saat dipimpin George Bush lalu, berhasil mengelabui umat Islam. Bush dan kapitalis yang memiliki modal besar di dunia, yang membangun jaring kuasa dengan didukung militer bersama ratusan pangkalan militer dan senjata canggihnya, berhasil membohongi kelompok Islam ketika ia mengatakan bahwa serangan ke Afganistan dan Irak adalah "Perang Salib", perang agama Kristen untuk memerangi Islam seperti zaman abad kegelapan dan kuno dulu.

Itu adalah kepura-puraan yang disiarkan dan dibesar-besarkan oleh berbagai media kapitalis, termasuk media milik umat Islam. Tujuannya apa? Agar masyarakat melihat bahwa ini adalah penindasan dan perang agama, bukan penindasan dan perang imperialisme. Kapitalis (pemilik modal) sangat rasional dan tahu persis kepentingannya, bahwa Timur Tengah, Afganistan dengan Laut Kaspianya, adalah jalur minyak, sumber energi yang harus dikuasainya. Untuk membutakan mata dunia, seolah-olah diciptakan perang agama, biar kepentingan sejatinya (ekonomi) tak dilihat! Bush sungguh pintar bersandiwara!

Sandiwara dan kepura-puraan "Perang Salib" itu bukan hanya membutakan umat Islam yang masih terbelakang berpikirnya, terutama karena negeri-negeri Muslim rakyatnya tertindas, kurang makan pendidikan sehingga mudah diprovokasi dan diarahkan pada sentimen murahan, seperti meningkatkan kebencian terhadap agama dan kelompok lain. Jangankan di masyarakat-masyarakat Muslim, di negara-negara Barat saja, mulai berkembang sentimen Perang Salib atau kebencian pada Muslim, karena provokasi Bush itu. Misalnya, kasus Wilders yang membuat film menjelek-jelekkan Islam dan umat Islam.

Tujuan Bush dan skenario imperialis-kapitalis memang demikian: sentimen keagamaan di mana pun harus meningkat, baik di Barat dan di Timur agar kelompok teroris Islam dan gerakan keagamaan meningkat jumlahnya. Akhirnya, nanti masyarakat benar-benar lupa bahwa masalahnya adalah imperialisme sebagai tatanan ekonomi yang nyata dan material agar mereka percaya bahwa yang ada adalah "Perang Peradaban"—sebagaimana sudah diprovokasikan oleh intelektual Washington sebelumnya, Huntington.

Ini adalah skenario besar imperialisme. Krisis akan melanda karena krisis global akan terus terjadi. Untuk menyelamatkan diri, agar gerakan rakyat miskin tidak bangkit dan rakyat miskin tetap terlena, sentimen agama ke depannya akan berusaha dipelihara. Jika suatu saat kapitalisme benar-benar krisis dan tak tertolong dengan resep reformisnya, dengan mudah kapitalisme akan menjadi fasisme yang akan bertahan dengan pembantaian dan penyingkiran manusia berdasarkan pemujaan pada agama maupun ras/budayanya. Kasus ini pernah terjadi pada 1940-an di Eropa, yaitu munculnya Nazi Jerman yang membantai manusia dan mengobarkan kebencian karena sentimen ras-budaya. Nazi adalah partai rasialis, sama halnya dengan partai agama, yang menganggap kelompok ras dan agamanya yang paling benar. Waktu itu tujuannya juga sama: menyingkirkan gerakan rakyat dan buruh yang mulai menguat di Jerman. Nazisme adalah

kapitalisme-negara yang mempertahankan kekuasaan segelintir orang: Hitler dan kawan-kawannya yang mengaku pimpinan terpilih ras Arya.

Intinya sama: sentimen budaya dan ras, agama, suku, dan kelompok akan ditinggikan/dikobarkan. Tujuannya adalah agar sentimen kelas, antara si miskin yang banyak dan si kaya yang menindas, dilupakan, dan penindasan ekonomi dan ketimpangan kelas tetap bertahan.

Itulah seni tipu-tipu kekuatan penguasa. Licik, lincah, dan cantik, dan mudah dilakukan karena mereka memang menguasai alat-alat produksi, media, dan sumber-sumber propaganda.

Itulah tantangan yang kita hadapi: kaum demokrat dan agamawan pluralis yang menjunjung tinggi nilai-nilai keadilan dan universalitas kemanusiaan. Tantangan terbesar kita adalah tatanan yang menindas. Sudah selayaknya agama dan moral (serta pendidikan), tenaga dan pikiran kita, diabdikan untuk mengatasi kontradiksi yang nyata di hadapan kita.

C. Utopia "Komunikasi Bebas Hambatan" dalam Masyarakat Kapitalis: Kritik Terhadap Jurgen Habermas

Perdebatan ini dalam ranah teori sosial sebenarnya diwakili oleh kaum Marxis (Karl Marx-Frederich Engels) dan Mazhab Frankfurt yang dalam hal ini diwakili oleh Jurgen Habermas. Perdebatan ini sangat menarik untuk melihat posisi bahasa dalam proses hubungan sosial dan perubahan masyarakat.

Habermas mengkritik Marx karena terlalu menekankan produksi dan mengabaikan suatu hal yang sangat penting bagi pemikir Mazhab Frankfurt ini, yaitu interaksi komunikatif. Habermas mengandaikan adanya praksis emansipatoris dari dan oleh dialog-dialog komunikatif dan tindakan-tindakan komunikatif

yang dianggapnya dapat menghasilkan "pencerahan". Ini bertolak belakang dengan Marxisme "ortodoks" yang menempuh jalan revolusioner untuk menjungkirbalikkan struktur masyarakat demi terciptanya masyarakat sosialis. Jadi, Habermas menempuh jalur konsensus dengan sasaran terciptanya "demokrasi radikal", yaitu hubungan-hubungan sosial yang terjadi dalam lingkup "komunikasi bebas penguasaan". Dengan konteks komunikasi ini, perjuangan kelas, revolusi politis, diganti dengan "perbincangan rasional", ketika argumen-argumen berperan sebagai unsur emansipatoris. "Demokrasi radikal" dalam bahasa Habermas jelas sekali menegaskan posisinya sebagai seorang liberal, selain dia pernah mengatakan, "Rekan-rekan Marxis saya tidak sama sekali keliru dalam menuduh saya sebagai seorang liberal radikal."[127]

Paradigma "kerja" Karl Marx menegaskan bahwa pada hakikatnya manusia dan kehidupannya adalah kerja. Kata Marx dalam *Manuskrip*-nya, "… apa itu hidup kalau bukan kerja (aktivitas)?…."[128] Akan tetapi, hal ini bukan tanpa alasan. Marx mempelajarinya berdasarkan analisis historis perkembangan manusia dan masyarakatnya. Pada hakikatnya, manusia dalam hidupnya selalu disibukkan dengan caranya menghadapi alam karena manusia harus memenuhi dan meningkatkan kebutuhan hidupnya. Praktik memperlakukan alam dan alat-alatnya inilah yang dinamakan kerja dalam kesadaran keseharian manusia yang secara mendasar bertujuan untuk menghadapi alam, menyelesaikan kontradiksi-kontradiksinya, dan mengubahnya secara terus menerus yang mengakibatkan proses evolusi.

---

127. Ross Poole, *Moralitas dan Modernitas: Di Bawah Bayang-Bayang Nihilisme*, (Yogyakarta: Kanisius, 1993), hlm. 104.

128. Karl Marx dalam "*Economic and Philosophical Manuscripts*" yang disertakan dalam Erich Fromm, *Konsep Manusia Menurut Marx,* terjemahan, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), hlm. 132.

Hal ini harus dimulai dari pemahaman yang sangat mendasar, yaitu untuk mempertahankan dan melanjutkan hidupnya, manusia harus dapat mencukupi kebutuhan utamanya, yaitu makanan, pakaian, dan tempat tinggal. Oleh karena itu, manusia harus memproduksi semua kebutuhan-kebutuhannya. Pertama kali manusia harus berjuang mengubah alam untuk kebutuhan hidupnya ini. Kegiatan produksi ini dilakukan manusia secara sadar melalui kerjanya. Inilah salah satu yang membedakan manusia dengan hewan. Dalam proses produksi inilah, manusia menggunakan dan mengembangkan alat-alat produksi (alat-alat kerja dan objek kerja) di samping tenaga kerja. Dari mulai tangan, kapak, palu, lembing, palu, cangkul, hingga komputer serta mesin-mesin modern seperti sekarang ini. Alat-alat produksi (ada teknologi di dalamnya) dan tenaga kerja manusia (ada pengalaman, ilmu pengetahuan di dalamnya) tidak pernah bersifat surut, tetapi terus maju—disebut sebagai tenaga produktif masyarakat, yaitu kekuatan yang mendorong perkembangan masyarakat. Inilah dasar bahwa sebelum komuniksi dan bahasa diciptakan, kerja telah mendahului hakikat manusia sebagai makhluk untuk mengubah kondisi sosialnya. Proses evolusi dan revolusi peradaban manusia secara mendasar dilandasi oleh hakikat itu.

Dari pemahaman ini, sebenarnya juga berasal dari pandangan marxisme, sedangkan "paradigma komunikasi" Habermas dalam melihat evolusi masyarakat justru "utopis" karena meninggalkan dasar material—lagi-lagi "tertular" filsafat idealisme. Sangatlah meragukan apakah tindakan komunikatif memiliki struktur terpadu yang diandaikan Habermas. Apalagi, sebenarnya Habermas membangun konsepsinya tentang rasionalitas komunikatif hanya dengan membahas serangkaian *speech acts* (misalnya, menceritakan kisah, lelucon, permainan peran, pemakaian kata-kata untuk menyemangati atau menghibur, dan seterusnya) sebagai sesuatu yang bersifat sekunder terhadap urusan serius dari kebenaran, kejujuran,

dan seterusnya. Dalam praktik sehari-hari saja, bahasa dipakai sebagai sesuatu yang menyembunyikan sekaligus juga menyingkapkan dan juga menghasilkan kesalahpahaman sekaligus pemahaman. Dari perspektif Marxis jelas bahwa bahasa merupakan alat bagi dominasi ideologis dari kelas yang berkuasa. Komunikasi dengan mereka yang lain terselubung, berkedok, dan sulit dipahami adalah bagian penting bahasa kaum tertindas, kaum devian, dan malah mereka yang ingin menekankan perbedaan saja. Menciptakan perbedaan di antara mereka yang memahami dan mereka yang tidak mengerti adalah bagian dari proses untuk merundingkan perbedaan dan kemajemukan. Barangkali, inilah komunikasi yang terdistorsi. Akan tetapi, praktik-praktik ini memberi sebuah ruang untuk perbedaan pendapat yang dihindari oleh cita-cita transparansi konsensual dari Habermas. Bahkan, jika pemahaman timbal balik diinginkan, tak ada jaminan bahwa hal itu dapat dicapai meski dalam prinsip sekalipun.

Agnes Heller[129] melihat bahwa dalam memberikan pandangan yang sama sekali instrumental mengenai produksi, Habermas mengabaikan makna antropologis kerja. Padahal, bagi Marx, seperti juga bagi Hegel, kerja bukan hanya kegiatan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ada sebelumnya. Kerja merupakan cara manusia menyatakan dan mengubah kodrat mereka. Dalam bertindak untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan yang sudah lama ada, mereka menghasilkan kebutuhan-kebutuhan baru dan jenis-jenis kegiatan manusia yang baru. Kerja adalah sebuah kegiatan yang kreatif dan kreatif-diri. Maka, dalam pengertian ini, kerja bukan lagi berada dalam norma-norma rasio instrumental seperti dikatakan Habermas. Marx menekankan bahwa kerja adalah bentuk pengungkapan diri dan pembentukan diri manusia yang bersifat niscaya. Dalam

129. Ross Poole, *Moralitas…,* hlm. 108—109.

wawasan makna antropologis kerja menjadi kegiatan instrumental bukanlah tanda kemajuan, melainkan tanda keterasingan.

Bagi penulis, alih-alih menuduh cita-cita Marxis untuk melepaskan diri dari keterasingan kerja dalam sistem kapitalis dan menegaskan keniscayaan sosialisme, Habermas justru adalah orang yang paling utopis dengan cita-cita "komunikasi bebas hambatan". Lihatlah utopianya itu. Dalam *What is Universal Pragmatics? Communication and Evolution of Society*, Habermas mengatakan "cita-cita" mulia masyarakat komunikatif ini dengan kata-kata yang indah pula, "Tujuan mencapai pemahaman adalah menghasilkan sebuah persetujuan yang berakhir pada saling pemahaman timbal balik yang bersifat intersubjektif, pengetahuan bersama, kepercayaan timbal balik, dan kesesuaian satu sama lain."[130]

Penulis yakin komunikasi bebas hambatan tidak pernah terjadi, bahkan dalam masyarakat tanpa kelas sebagaimana dicita-citakan kaum Marxis. Terlalu banyak kendala yang ada, sedikitnya adalah kendala psikologis, dan yang paling nyata dan besar adalah kendala kelas (posisi manusia terhadap kepemilikan alat-alat produksi). Perubahan-perubahan ke arah demokrasi yang terjadi sepanjang sejarah tidak terjadi dalam aras komunikasi, tetapi dari kontradiksi yang melahirkan gerakan saling berbenturan—dan benturan kuantitatif yang memuncak. Maka, lahirlah perubahan kualitatif yang mendorong sejarah menjadi maju atau mundur (berubah). Terlalu picik untuk menilai bahwa kelas penguasa (minoritas pemilik aset-aset ekonomi dan alat-alat produksi) akan membagikan akses-akses pemenuhan kebutuhan hidup dengan jalan konsensus.

Tidak ada basis ideologis dan kesadaran dalam masyarakat berkelas untuk membuat minoritas penguasa menyadari bahwa alat-alat produksi dan aset-aset ekonomi politik dalam masyarakat harus dibagi bersama supaya masyarakat tidak terjadi kontradiksi.

130. *Ibid*., hlm. 104.

Himbauan moral dan religi adalah kosong. Ketika di Jazirah Arab suku Quraisy menguasai alat-alat produksi dengan menindas mayoritas budak dan kelas pekerja, yang menjadi basis bagi "zaman jahiliah", bahasa dan imbauan moral-agamis Islam yang disampaikan Muhammad dan melalui kata-kata ayat bukan hanya tidak digubris dan ditentang, melainkan juga bermakna penghancuran kekuatan produktif baru yang secara ideologis berbentuk ajaran agama Islam. Muhammad dikejar-kejar dan harus dilenyapkan dari muka bumi. Islam justru diterima melalui kerja-kerja pengorganisasian massa dan belakangan juga melalui pembentukan tentara untuk memperluas wilayah kekuasaannya.

Sejarah masyarakat di mana pun dan kapan pun juga juga menunjukkan hal yang sama. Tumbangnya suatu rezim bukan melalui konsensus dan ajakan moral (komunikasi), melainkan dari serangan terarah yang melawan keinginan yang berlawanan dari gerakan penumbangan itu. Itu adalah contoh makro-sosial dalam komunikasi. Pada tingkat kecil dalam hubungan sosial pun, komunikasi bebas hambatan tidak pernah terjadi—persoalan tak akan pernah terselesaikan tanpa mematerialisasi kontradiksi yang mendasarinya. Bahasa kadang menjadi suatu kemunafikan.

Komunikasi bisa saja menjernihkan suasana dan memperlihatkan apa yang sedang dipersoalkan. Akan tetapi, dalam hal ini, pemahaman timbal balik akan merintangi persetujuan. Kapitalis dan para aparat pengamannya tahu apa yang terjadi dalam sistem yang dijalankan, buruh juga tahu apa yang menimpanya—untuk membuat persetujuan jelas tidak mungkin. Perubahan penghancuran kapitalis ditempuh dengan revolusi proletariat, bukan dengan negosiasi atau kajian intelektual dan seminar-seminar. Dalam titik ini, paksaan senjata mesti mengganti paksaan argumen. Kata Karl Marx dalam

Contribution to Critique of Hegel's Philosophy of Law, "Senjata kritik tentu tak bisa mengganti kritik dengan senjata-senjata."[131]

Kaum Marxis begitu yakin bahwa kemenangan revolusi proletariat akan berhasil dengan senjata-senjatanya, tidak perlu senjata dalam makna fisik sepanjang itu tidak diperlukan, tetapi dengan alat-alat dan strategi taktik revolusioner: organisasi/partai kelas pekerja sebagai *vanguard*-nya dengan pengorganisasian kerja-kerja yang terpimpin dan berideologi Marxis sebagai panduan teoretisnya. Inilah yang diterapkan Lenin yang berhasil menghancurkan tatanan penindasan di bawah rezim tiran Tsar. Hal itu menjadi contoh bagi kaum buruh dalam menunaikan amanat historisnya—tapi sayang akhirnya dikalahkan dengan kecenderungan borjuasi di bawah Stalinisme.

Singkatnya, ada beberapa kelemahan bagi paradigma komunikasi ini jika diterapkan dalam analisis hubungan konkret dalam masyarakat:[132] Pertama, kedistorsian komunikasi terjadi pada dua aras yang berjalan bersamaan relasi produksi masyarakat kapitalis yang diskriminatif dalam akses dan kepemilikan dan globalisasi homologi perspektif pemaknaan realitas sosial.

Kedua, konstruksi sebuah masyarakat manusia yang komunikatif harus dikembalikan secara politis kepada konstruksi kepemilikan teknologi yang "accessible" dan melakukan evaluasi atas posisi sosial menuju simularitas eksistensi dengan proposisi secara masif yang dikelola secara taktis politis. Ketiga, karena rasionalitas instrumental masyarakat kapitalis berorientasi pertumbuhan, kesejahteraan terjadi sebagai akibat serius dari kelangkaan sumber daya dan kekesatan kualifikasi institusional dalam cara produksi. Keempat, meletakkan

131. Ross Poole, *Moralitas*…, hlm. 245.

132. Francis A. Vicki Djalong, "Rasionalitas, Operasi Sistem dan Konflik Sistemik: Sebuah Sketsa Mengenai Realitas Masyarakat Kapitalis", dalam *KIBAR: Paradigma Ilmu-Ilmu Sosial dan Transformasi Sosial*, diterbitkan oleh Litbang LPPM Sintesa FISIPOL UGM No. 1, Mei, 19998.

tindakan komunikatif bebas dominasi pada konsensus sosial bukanlah proyek emansipatoris karena secara politis akan terperangkap dalam pendekatan elitis, ketika budi baik dan kerendahan hati aparatus negara dan ideologi dipertahankan secara moral.

Banyak kelemahan lain Habermas yang juga masih terhinggapi oleh idealisme dalam pemikirannya. Akan tetapi, harus diakui bahwa Habermas memiliki banyak pengikut, antara lain adalah golongan yang sudah disinggung di bagian depan, khususnya orang yang menekankan "konsensus" dan "negosiasi" dalam melihat persoalan. Kalangan ini tidak berkepentingan menghancurkan tatanan penindasan neo-liberal, tetapi justru memanfaatkan demi kepentingan karier dan proyeknya.

Permainan bahasa menjadi alat bagi kaum intelektual dan sastrawan untuk mendapatkan status karena mereka memang bersandar pada kata-kata, bahasa, dan tulisan atau pembicaraan dalam memperoleh uang. Posisi bahasa dalam masyarakat tergantung pada penggunaan bahasa oleh masyarakat. Ketika media-media yang menyebarkan bahasa dikuasai oleh suatu kekuatan politik, bahasa yang dominan di masyarakat juga akan berpihak pada kepentingan kekuatan tersebut.

Jadi, perjuangan sosial mencari identitas kebangsaan tidak semata-mata dapat diperjuangkan dengan menegaskan bahasa nasional, tetapi juga harus dilakukan dengan mentransformasikan kekuatan produktif di masyarakat.

D. Posisi dan Peran Media dalam Masyarakat Kapitalis

Kolumnis *Washington Post* ternama, Michael R. LeGault, pernah mengatakan, "Orang-orang barbar tidak lagi menggempur gerbang kota kita, mereka sedang makan malam bersama kita. Nama mereka adalah J. Lo, Ja rule, dan Paris Hilton." Kolumnis ini ingin mengingatkan tentang bahaya media yang salah satunya

membawa masyarakat kembali ke zaman barbar. Media, seperti televisi—bagai orang-orang barbar yang menyerang musuhnya untuk menguasai—juga ingin menyerang masyarakat dengan ideologi yang menguntungkan budaya pasar.

Buku Zianuddin Sardar yang berjudul *Membongkar Kuasa Media* membuat kita semakin jelas bahwa media memang memiliki kekuatan riil untuk membentuk kita dan mengarahkan kita. Digambarkan oleh Sardar bahwa media massa mendefinisikan "sebagai siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan efek apa".[133] Sardar berusaha mengajak pembaca untuk mengevaluasi kembali cara pandang kita terhadap keberadaan media. Media adalah bagian masyarakat industri dan bisa jadi merupakan yang paling dekat dengan kita. Percaya atau tidak, dalam seluruh hidup kita, rata-rata kita menghabiskan lebih dari 15 tahun dalam kehidupan kita untuk menonton televisi, film, video, dan membaca surat kabar dan majalah, mendengarkan radio, dan berselancar di internet.[134]

Artinya, kita menghabiskan sepertiga hidup kita dengan membenamkan diri dalam media. Kemampuan kita berbicara, berpikir, berhubungan dengan orang lain, bahkan mimpi dan kesadaran akan identitas diri kita dibentuk oleh media. Jadi, mempelajari media adalah mempelajari diri kita sebagai makhluk sosial.

Studi media melihat industri media secara keseluruhan dari sejumlah perspektif yang berbeda. Studi media yang ada selama ini ada secara umum berkutat pada pertanyaan-pertanyaan, misalnya apa yang diproduksi media? Bagaimana ia diproduksi? Siapakah yang mengendalikan alat-alat produksinya? Apakah dampak produk tersebut bagi masyarakat? Bagaimanakah kelompok orang

133. Zianuddin Sardar, *Membongkar Kuasa Media*, (Yogyakarta: Resist Book, 2008), hlm. 26.

134. *Ibid.*, hlm. 10.

dipresentasikan oleh dan dalam media? Siapa yang membeli dan mengonsumsi produk-produk media? Bagaimanakah konsumen menginterpretasikan produk-produk media?

Media beroperasi sebagai alat produksi yang benar-benar mencerminkan kepentingan kapitalisme untuk mencari keuntungan maupun untuk menanamkan politik hegemoninya. Berkaitan dengan itu, sesungguhnya media, seperti TV juga hanya menjadikan masyarakat sebagai pemuja para elite, terutama selebritis, dan bukan memiliki sebuah pemikiran kritis dan tindakan partisipatif agar posisi elite terkontrol sehingga benar-benar mematuhi amanat demokrasi untuk membantu rakyat lepas dari kemiskinan dan keterbelakangan ekonomi dan kebudayaan. Masalahnya, industrialisasi media kapitalis menciptakan "masyarakat penonton" yang berjejal-jejal, tetapi kesepian, dipandang dari segi teknis sama sekali tidak merasa aman, dikendalikan oleh suatu mekanisme tata tertib yang rumit, tetapi tidak bertanggung jawab terhadap individu".[135]

Dalam masyarakat kapitalis, dan dalam sistem pers yang liberal-kapitalistik, tempat umumnya media dimiliki oleh kaum kapitalis, media memang benar-benar diabdikan untuk mendukung kepentingan kapitalis. Berharap pada media untuk membela rakyat miskin akan membuat Anda pesimis. Tak heran jika sosiolog ternama, seperti C. Wright Mills mengajukan pandangan yang pesimistis terhadap fungsi media. Dalam bukunya *The Power Elite* (1956), Mills mengutuk fungsi media yang lebih berfungsi sebagai instrumen yang memfasilitasi—apa yang ia sebut sebagai—"kebutahurufan psikologis".[136] Mills juga memandang media sebagai pemimpin "dunia palsu" (*pseudo-world*), yang menyajikan realitas eksternal dan pengalaman internal serta penghancuran privasi dengan cara

135. *Ibid*., hlm. 145.

136. C. Wright Mills, *The Power Elite*, (New York: Oxford University Press, 1956), hlm. 311.

menghancurkan peluang untuk pertukaran opini yang masuk akal dan tidak terburu-buru serta manusiawi.[137]

Bayangkan, bagaimana tidak tergesa-gesa jika TV, sebagai media, hanya menyuguhkan tayangan-tayangan/acara yang tidak berkualitas semacam sinetron-sinetron cengeng atau *reality show*. Acara ini dibuat tanpa kedalaman cerita dan estetika yang bermakna, tetapi justru didukung oleh iklan dengan tujuan semata-mata agar tercipta masyarakat—khususnya remaja dan kaum muda—yang hanya bisa membeli dan membeli.

Media, menurut Edward A. Ross dalam *Principles of Sociology* (1938), dipenuhi dengan kepentingan (kekuasaan) dan bukanlah suatu kekuatan material yang netral. Di Negara besar, seperti AS, kehadiran media dalam masyarakat kapitalis sungguh menyuguhkan drama kekuasaan yang tidak lagi memedulikan pembangunan masyarakat yang solider. Ross menulis, "Pelacuran *klandestin* sebagian surat kabar kepada para pengiklan merupakan rahasia dominasi mengejutkan kelas bisnis yang secara bertahap menguasai kita, suatu dominasi yang memenjarakan perhatian setiap filosofi orang asing yang pertama kali berkunjung ke Amerika Serikat."[138]

Intinya, Ross cenderung tidak mendukung anggapan bahwa media, sebagai produk masyarakat modern, akan membantu terciptanya masyarakat yang demokratis dan berkeadilan. Dalam masyarakat yang berpilar pada corak produksi tidak adil (kapitalis), kehidupan media tidak menjadi mekanisme yang ideal bagi penyampaian informasi, ide-ide, dan gagasan/pendapat. Lebih lanjut, di AS sejak awal John Dewey mengkawatirkan bahwa media justru akan menjadi instrumen yang potensial untuk menindas dan menyesatkan. Bagi Dewey, media dapat menimbulkan masalah bagi demokrasi selain bisa memberikan solusi final. Lepas dari fakta bahwa

137. *Ibid.*, hlm. 314.

138. Edward A. Ross, *Principles of Sociology*, (New York: D. Appleton-Century, 1938), hlm. 563.

media mungkin beralih dengan menyampaikan hal-hal yang remeh-temeh atau menjadi agen salah satu faksi, atau menjadi instrumen dan ide yang tak diperhitungkan dalam mendukung kepentingan tersembunyi suatu kelompok atau kelas (semua atas kepentingan publik).[139]

Pendapat Dewey mengenai hubungan antara media dan kapitalisme adalah sebagai berikut:

> "... semua kondisi ekonomi cenderung mengarah pada sentralisasi dan konsentrasi sarana produksi dan distribusi mempengaruhi pers public, baik individu sangat menginginkannya atau tidak. Penyebab yang menuntut perusahaan besar untuk menjalankan bisnis modern, dengan sendirinya mempengaruhi bisnis penerbitan."[140]

Ungkapan itu menunjukkan adanya kepentingan kelas ekonomi yang berkuasa untuk cenderung menggunakan segala upaya agar kekuasaannya langgeng dan bertambah. Kelas kapitalis sebagai penguasa akan mengorganisasi media (surat kabar, televisi, radio, dan lain-lain) untuk menciptakan kondisi sosio-ekonomi, politik, serta stabilitas kebudayaan, yang memungkinkan pemodal besar tetap mendapatkan keuntungan, tak peduli bagaimana kondisi rakyat banyak yang ditimbulkannya.

Kapitalisme juga harus melahirkan industri media, mengorganisasi kegiatan penyampaian informasi, gagasan, dan pendapat yang mendukung hubungan yang menguntungkan. Industri media pun menjadi wilayah produksi (informasi, makna, dan ideologi) yang juga mendatangkan keuntungan besar. Sejak 1980-an, kepemilikan media, baik di AS maupun di seluruh dunia semakin terkonsentrasi di tangan sedikit perusahaan media global. Mereka, misalnya, adalah perusahaan-perusahaan, seperti American

---

139. John Dewey, *Freedom and Culture*, (New York: Capricorn Books, 1939), hlm. 42.

140. *Ibid*., hlm. 149.

On-Line (AOL)-Time Warner, Viacom, Disney, Vivendi Universal, 20th Century Fox, dan Sony.

Pengamat media, seperti Robert W. McChesney dan Edward Herman, dengan tegas menyatakan bahwa industri media yang telah mengglobal tersebut menjadi semacam "misionaris" terhadap perkembangan kapitalisme global. Artinya, mereka merupakan kekuatan terorganisasi yang mengkhotbahkan fatwa-fatwa melalui informasi dan pembentukan gagasan yang membuat masyarakat mengamini kapitalisme. Industri media telah merambah ke berbagai wilayah dunia, bahkan menciptakan suatu perasaan yang disebut oleh Marshal McLuhan sebagai "global village" (kampung global atau yang disebut oleh Manuel Castells sebagai "masyarakat jaringan" (*network society*).[141]

Jadi, jelas bahwa, dalam masyarakat berkelas, media hanya menuruti kepentingan elite dengan tujuan menjinakkan masyarakat banyak. Penguasaan media dalam masyarakat kapitalis adalah kelanjutan dari penguasaan para bangsawan dan raja-raja terhadap media dan lembaga sosial untuk menyebarkan kepercayaan kepatuhan agar rakyat jelata percaya bahwa raja adalah "wakil Dewa" yang harus dilayani, dipatuhi semua perintahnya. Para raja dan bangsawan waktu itu memakai media untuk menciptakan penularan wacana oral (dari mulut ke mulut) tentang pentingnya mengabdi para raja.

Informasi, gagasan, dan kabar yang ada disampaikan melalui media yang masih tradisional (daun lontar, lukisan, dongeng, dan lain sebagainya) untuk mengakumulasi keuntungan sosial-budaya yang diperoleh melalui hubungan eksploitatif feodalisme: tempat rakyat jelata dalam posisinya sebagai petani diisap oleh tuan-tuan tanah (raja-raja, bangsawan yang merupakan pemilik sah dari tanah

141. Dikutip dalam Ignatius Haryanto, "Media untuk Pengembangan Masyarakat: Komunikasi Sosial di Tengah Deru Komersialisasi Industri Media", dalam AL. Andang L. Binawan&A. Prasetyantoko (eds.), *Keadilan Sosial: Upaya Mencari makna Kesejahteraan Bersama di Indonesia*, (Jakarta: Kompas, 2004).

atau kekuasaan Dewa) harus membayar upeti dan menuruti apa pun perintah raja (untuk berperang, menyerahkan gadis untuk dijadikan istri/selir/pelayan, membangun lambang kekuasaan raja seperti candi, dan lain-lain). Ide(ologi) dan kepercayaan masyarakat dibuat sedemikian rupa sehingga tidak objektif, tidak dilandasi ilmu pengetahuan yang ilmiah, tetapi justru dimanipulasi/dipalsu.

Dalam masyarakat kapitalis modern, media telah menjadi produk kebudayaan yang didukung oleh teknologi yang maju. Teknologi adalah tenaga produksi yang harus dikuasai, bahkan dimonopoli agar mendapatkan keuntungan dan sekaligus digunakan untuk memproduksi (dan mereproduksi) informasi dan gagasan yang tidak bertentangan dengan upaya pemodal untuk mencari keuntungan.

Manipulasi ideologis sebagaimana warisan masyarakat feodal tampaknya juga masih berlaku dalam masyarakat modern dalam kaitannya dengan fungsi media kapitalis. Seharusnya, semakin maju perkembangan ilmu pengetahuan produksi (tenaga produksi) suatu masyarakat, tercipta kemajuan budaya yang didukung oleh pencerahan, pola pikir ilmiah, dan manipulasi ideologis sebagaimana terjadi dalam masyarakat lama seharusnya terkikis. Semakin berperannya media dalam kehidupan, seharusnya hubungan masyarakat juga maju, adil, makmur, dan dapat meninggalkan pola-pola penindasan, eksploitasi, dan penipuan serta kepalsuan kebenaran yang telah mengungkung masyarakat lama dengan kebodohan.

Sebagaimana dikatakan melalui lirik lagu "Chick and Stue" yang dilantunkan kelompok musik anti-globalisasi di AS, *System of A Dawn* (SoaD) bahwa iklan kapitalis hanya menyuguhkan kenikmatan maya untuk mengonsumsi, seperti dalam lirik lagunya, "…*what a splendid pie/pizza pizza pie/every minute every second buy buy buy buy buy buy*"; iklan yang menyuruh kita untuk beli, beli, beli, dan beli. Itu adalah lirik perlawanan terhadap wacana dominan, seni untuk memprotes hegemoni budaya homogen globalisasi. Globalisasi

kapitalis yang, menurut SoaD dalam lirik lainnya, "…*coupled with condemnation, unnecessary dead*…" (dilengkapi dengan kutukan, kematian yang tidak seharusnya terjadi).

Menurut Alan Middleton, asisten profesor pemasaran dan direktur eksekutif di *Schulich Exective Education Center*, periklanan merupakan industri yang sangat konservatif. Ada kenyataan lain bahwa ternyata iklan tidak membuat tren, tetapi hanya mengikutinya. Iklan tidak berusaha mengubah hal-hal yang sudah ada. Dia tidak berusaha meningkatkan tingkat melek huruf atau memperbaiki pengetahuan kita terhadap sejarah atau meningkatkan apresiasi terhadap Shakespeare. Ungkapan itu diperkuat dengan argumen Curtis White dalam bukunya *Middle Mind*, mengikuti tren bisa berarti memperkuat tren tersebut. White mengamati bagaimana tayangan televisi "Antique Road Show" di Amerika telah mengubah seni dan benda-benda antik menjadi "Bentuk komoditas pemujaan yang murahan". Dalam hal opera sabun dan drama televisi, tren tersebut telah memiliki sejarah yang panjang yang dibangun atas tema keserakahan, seks, dan kekerasan.[142]

Jadi, dapat disimpulkan betapa kuatnya argumen bahwa dalam masyarakat kapitalis media, seperti TV, tidak punya kepentingan ap-apa selain untuk membodohi, menciptakan pikiran anti-ilmiah, menciptakan pikiran pragmatis, dan memundurkan budaya literer yang mendukung daya pikir kritis. Di negara maju, seperti Amerika Serikat (AS), hubungan antara TV, prestasi belajar, kecerdasan, dan kemampuan baca tulis telah dipelajari sejak 1960-an. Hasilnya sungguh menyediakan. TV telah menjadi biang kerok resmi dan tumpuan kesalahan dari beberapa generasi pendidik dan orangtua yang mengkhawatirkan pengaruh buruk dari si "kotak bodoh" pada anak-anak muda yang mudah terpengaruh. Reputasi TV tenggelam,

142. Michael R. LeGault, *Sekarang Bukan Saatnya untuk "Blink" Tetapi Saatnya untuk THINK: Keputusan Penting Tidak Bisa Dibuat Hanya dengan Sekejap Mata*, (Jakarta: PT. Transmedia, 2006), hlm. 131.

semakin rendah dalam tahun-tahun terakhir, sampai-sampai TV dianggap buruk untuk otak. Sebuah studi yang dilakukan oleh *The National Opinion Research Center* dari tahun 1974 sampai 1990 menemukan bahwa menonton televisi memperburuk kosakata, sedangkan membaca koran memperbaikinya.[143] TV di AS, seakan mendukung filsafat pragmatisme yang menjadi ciri utama masyarakat AS. Menurut Max Horkheimer, salah seorang pemikir mazhab Frankfurt yang beraliran (neo)Marxisme, "Pragmatisme merefleksikan suatu masyarakat yang tak punya waktu untuk mengenang dan merenung."[144]

Pada 1960-an, George Gerbner mempelajari tingkah laku para pecandu berat televisi dan ia menemukan semakin banyak waktu yang dihabiskan di hadapan TV, semakin terbatas dan homogen pandangan, kepercayaan, dan pemikiran orang tersebut. Teori Gerbner mengenai gejala ini disebut sebagai *Cultivation Theory*, pada akhirnya menyiratkan bahwa TV membuat kita semakin tidak adaptif terhadap bergesernya kompleksitas kehidupan nyata. Individualitas, spontanitas, dan kreativitas kian menurun.[145]

TV bukanlah media yang netral atau tanpa kepentingan ekonomi-politik. Sebagaimana pengamat komunikasi mazhab kritis (*critical communication*) di Barat menganggap bahwa TV adalah sebuah kekuatan yang berpihak dan berusaha mengarahkan masyarakat ke dalam gaya hidup tertentu, tentunya tayangan-tayangannya akan mengonstruksi suatu cara berpikir masyarakat. Setelah masyarakat telah terbiasa dengan cara berpikir dan bertindak sebagaimana yang dimaksud oleh kepentingan di balik tayangan TV, tujuannya telah tercapai. TV adalah aparat utama pencetak generasi yang kondusif

143. *Ibid*., hlm. 43.

144. Hanno Hardt, *Critical Communication Studies: Sebuah Pengantar Comprehensif Sejarah Perjumpaan Tradisi Kritis Eropa dan Tradisi Pragmatis Amerika*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2005), hlm. 177.

145. Michael R. LeGault, *Sekarang*..., hlm. 136.

bagi pelanggengan tatanan kapitalis, yang menginginkan keuntungan dengan cara mengubah corak budaya masyarakat.

Berkaitan dengan itu, sesungguhnya media seperti TV juga hanya menjadikan masyarakat sebagai pemuja para elite, terutama selebritis, dan bukan memiliki sebuah pemikiran kritis dan tindakan partisipatif agar posisi elite terkontrol sehingga benar-benar mematuhi amanat demokrasi untuk membantu rakyat lepas dari kemiskinan dan keterbelakangan ekonomi dan kebudayaan. Masalahnya, industrialisasi media kapitalis menciptakan, apa yang disebut Alex Comfort sebagai "masyarakat penonton" yang "berjejal-jejal tetapi kesepian, dipandang dari segi teknik sama sekali tidak merasa aman, dikendalikan oleh suatu mekanisme tata tertib yang rumit, tetapi tidak bertanggung jawab terhadap individu".[146]

Karena kehadiran "masyarakat penonton" yang mencirikan masyarakat kapitalis sekarang ini, kehadiran artis-selebritis tak lepas dari munculnya budaya tontonan atau hiburan—kapitalisme dewasa ini berbasis pada pengorganisasian produksi hiburan (*entertainment*). Dunia hiburan membentuk hubungan antara penghibur (para artis-selebritis) dan para penonton atau pihak yang dihibur (kebanyakan adalah konsumen media populer, terkhusus penonton TV).

Televisi adalah pembentuk kesadaran dan cara pandang karena substansi organik dari TV bukanlah dunia di sekeliling kita atau ide kita tentang kehidupan, melainkan dari kamera. Kameralah yang mengambil dunia, komunitas dan berbagai kejadian dan kemudian membentuk itu semua.

Marshall McLuhan, dalam bukunya *Undestanding Media*, dapat dikatakan sebagai pengamat pertama yang mengenali bahwa diskontinuitas impresi dan citra yang ditangkap oleh kamera merupakan cara komunikasi yang lain daripada yang lain yang secara

146. Arthur M. Schlesinger, "Pusat yang Vital", dalam Allen F. Davis dan Harold D. Woodman (eds.), *Konflik dan Konsensus dalam Sejarah Amerika Modern*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1991), hlm. 532.

jelas telah menciptakan berbagai bentuk pengartian dan pemikiran yang baru.

Hubungan masyarakat lama—dengan pola *patron-client* lamanya pula—telah digantikan dengan pola baru. Patron khalayak kini adalah tokoh atau pekerja di dunia *entertainment*. Patron masyarakat adalah artis-selebritis. Para penghibur inilah yang menjadi pembimbing bagi arah perkembangan pikiran dan perasaan massa. Para penghibur adalah panutan utama masyarakat. Era pemujaan kuno—ketika masyarakat memuja para bangsawan (raja) yang dianggap pelindungnya—telah berakhir dengan hadirnya masyarakat kapitalisme lanjut yang menggunakan media sebagai alat utama untuk melangsungkan hubungan hegemoniknya pada khalayak. Idola dan pujaan baru adalah para artis-selebritis. Berita tentang para idola selalu diterima secara menyenangkan dan bahkan dicari-cari.

Dalam konteks itulah, acara informasi tentang para penghibur—yang dikenal dengan *infotainment* atau "*information of entertainment*—adalah acara yang memenuhi tuntutan untuk membuat para artis-selebritis menjadi kalangan yang diterima oleh masyarakat sebagai "pembimbing moral" dan "panutan" masyarakat. Para penghibur itu adalah punggawa utama berjalannya masyarakat kapitalis yang berbasis pada penciptaan budaya konsumen.

Acara *infotainment* di Indonesia yang semarak hingga sekarang merupakan konsekuensi logis transformasi menuju masyarakat kapitalisme lanjut (neoliberalisme). Acara ini di Indonesia merupakan jiplakan acara *reality show* yang ada di Barat (Amerika Serikat) yang merupakan negara kapitalis maju.

Sebagaimana di Indonesia, acara *reality show* juga mendapatkan banyak cemooh, tetapi juga sama-sama tetap dipaksakan untuk ditayangkan. Kata Middleton, "Banyak orang termasuk saya sendiri memandang remeh daya tarik *reality show* terhadap para produser

program dan jaringan televisi. Acara seperti itu berbiaya sangat murah dan mendatangkan keuntungan segunung."[147]

Acara *reality show* di Amerika Serikat (AS) memang berjasa dalam menyumbang pertambahan jumlah pemirsa di masa ketika pasar sedang lesu—pada tahun 2004/2005 jaringan televisi berhasil mendapatkan pemasukan dari iklan sebesar US$9,3 miliar. Di musim penyiaran tahun itu, *American Idol* menetapkan harga iklan per 30 detik tertinggi (US$658.000), dan lima dari sepuluh acara top dengan harga iklan per 30 detik tertinggi adalah *reality show*."[148]

Di Indonesia, acara *reality show* juga telah membantu mengisi kekosongan kreativitas para pekerja budaya TV (penulis naskah dan produser) untuk menciptakan acara-acara yang bermutu dan bukan jiplakan dari acara luar negeri. *Reality show* memang merupakan acara yang paling mudah dibuat, membutuhkan biaya kecil, tetapi pada kenyataannya mendatangkan keuntungan yang besar.

E. Kudeta Politik Media: Kasus Venezuela[149]

Noam Chomsky melakukan studi kritis terhadap media, yang ternyata memiliki kekuatan politis untuk mendukung kepentingan ekonomi kapitalis. Dalam bukunya yang ditulis bersama Edward Herman, *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media* (1988), Chomsky memperkenalkan "model propaganda"

147. Michael R. LeGault, *Sekarang Bukan Saatnya untuk "Blink" Tetapi Saatnya untuk THINK: Keputusan Penting Tidak Bisa Dibuat Hanya dengan Sekejap Mata*, (Jakarta: PT. Transmedia, 2006), hlm. 133.

148. *Ibid.*, hlm. 33—34.

149. Studi ini telah dibahas dalam sebuah buku penulis yang membahas tentang peran politik media milik konglomerat untuk melakukan kudeta politik terang-terangan dalam menjatuhkan pemerintahan yang terpilih secara demokratis. Penulis sajikan lagi dalam buku ini karena peristiwa itu menjadi bukti bahwa media sebenarnya dapat tampil secara telanjang sebagai alat politik dari kepentingan kelas. Nurani Soyomukti. *Hugo Chavez Vs Amerika Serikat*, (Yogyakarta: Garasi, 2008).

dari media. Model propaganda mengungkapkan bahwa ada lima klasifikasi filter (saringan) di masyarakat yang menentukan apakah yang menjadi "berita", yaitu dengan kata lain, apa yang dicetak di surat kabar atau disiarkan melalui radio atau TV. Model yang diungkapkan Herman dan Chomsky tersebut menjelaskan bahwa saringan-saringan berita, pada satu tingkat dalam satu waktu, menghapus semua "elemen-elemen yang tak diinginkan" dari kepentingan kekuasaan. Menurut kedua ilmuwan ini, media seperti TV adalah alat bagi kekuasaan untuk mengontrol pikiran dan hati massa rakyat.[150]

TV sebagai media kapitalis memainkan peran amat penting dalam menciptakan dan menguatkan citra tertentu tentang dunia, rekayasa kesepakatan (*manufacture of consent*), dan memosisikan kepentingan politik-ekonomi kelompok tertentu. Pakar komunikasi Marxis Stuart Hall mengungkapkan bahwa proses pertandaan sebagai produksi objek diskursif adalah hasil dari organisasi praktik-praktik sosial di dalam realisme institusi media. Dengan mengajukan pertanyaan tentang fungsi media dalam produksi dan reproduksi ideologi dominan, Hall juga mencuatkan isu tentang sifat ideologis praktik-praktik seperti itu, yang diabaikan oleh sistem media yang terus berupaya menghasilkan klaim yang bebas dari kepentingan komersial dan negara.[151]

Apa yang dikemukakan oleh Chomsky bahwa media adalah kekuatan politik kaum kapitalis sungguh terjadi, sebagaimana secara nyata terjadi di Venezuela, sebuah negara Amerika Latin yang pemerintahannya sedang berupaya membela rakyat miskin dan menciptakan keadilan dan kesejahteraan ekonomi dengan melaksanakan kebijakan yang sosialistis di bawah pimpinan Hugo Chavez sang tentara dan politisi radikal.

---

150. David Cogswell, *Chomsky Untuk Pemula*, (Yogyakarta: Resist Book, 2006).

151. Stuart Hall, "*The Problem of Ideology—Marxism Without Guarantees*", dalam *Journal of Communication Inquiry*, 10(2), 28-44, hlm. 29.

Sebagaimana juga diberitakan berbagai media massa tanah air pada akhir Mei 2007, Presiden Venezuela Hugo Chavez menolak memperpanjang izin siaran sebuah stasiun televisi (RCTV). Alasan Chavez melakukan tindakan tersebut adalah karena RCTV dianggap sering menyiarkan program yang tidak bermoral dan cenderung pro-Amerika Serikat (AS). Selain itu, Chavez menuduh RCTV mendukung aksi kudeta terhadap pemerintah Venezuela pada 2002. Sebagai gantinya, Chavez mendirikan TVes yang dikuasai pemerintah.

Sebagai reaksi atas tindakan Chavez, pemilik RCTV Marcel Granier berencana membawa kasus tersebut ke meja hijau. Granier menuduh Chavez telah melanggar konstitusi dan HAM. Sementara itu, setelah sukses menutup RCTV, Chavez kembali melancarkan serangan terhadap jaringan televisi swasta *Globovision*. *Globovision* dianggap tidak mendukung kebijakan Chavez yang sosialis. Saat ini, petugas kepolisian Caracas menyelidiki dugaan kasus penghasutan oleh Globovision terkait percobaan pembunuhan seorang tokoh berhaluan Kiri pada 1981. "Kami mempunyai sejumlah bukti kuat bahwa Globovision terlibat aksi penghasutan," jelas Menteri Komunikasi Venezuela Willian Lara (*Sindo*, 29/5/2007).

Menilai apa yang terjadi di Venezuela tentunya kita harus kritis dan tidak sekadar memandangnya secara hitam-putih. Para pakar komunikasi tentunya paham bahwa tidak akan ada berita yang tidak memihak. Hubungan Chavez dan TV (secara khusus) dan media massa lainnya (secara umum) di Venezuela harus dilihat dari aspek kepentingan ekonomi-politik. Pertentangan antara Chavez yang ingin membawa Venezuela ke jalan alternatif selain sosialisme dan kaum oposisi yang pada kenyataannya memang menguasai kepemilikan media merupakan kondisi yang tidak bisa diabaikan untuk memahami demokrasi politik di Venezuela.

Tuduhan Chavez bahwa TV yang ditutupnya itu melakukan intrik-intrik kotor juga harus dipertimbangkan. Sejak awal

pemerintahannya, pemberitaan media yang mewakili kepentingan oposisi juga berusaha memainkan opininya untuk menyerang Chavez dan pengikutnya. Termasuk, berita tentang pemogokan dan kejadian seputar penggulingan terhadap Chavez oleh kelompok oposisi (pengusaha). Setiap kali kita membaca sebuah berita, kita akan dapat melihat sudut pandang mereka yang menulis berita itu. Media pendukung Chavez, selain masih gagal mendominasi, juga akan dihalangi untuk mengumandangkan berita-berita yang mengandung sudut pandang kelas tertindas.

Brian Ellsworth, wartawan *Houston Chronicle*, pada edisi 20 Desember 2002, telah melaporkan bahwa pertarungan politik Venezuela juga berlangsung sengit dalam bidang pemberitaan, terutama di media televisi. Ia menulis bahwa televisi swasta di Venezuela berpihak tanpa syarat pada gerakan anti-Chavez, sementara stasiun televisi pemerintah berpihak tanpa syarat pada Chavez. Ia melaporkan bahwa liputan dari saluran televisi swasta penuh "propaganda", sementara saluran televisi pemerintah "menyatakan kebenaran". Maria Teresa de Guzman, seorang desainer grafis berusia 39 tahun, melihatnya sebagai hal yang persis berkebalikan. "Pemerintah tidak menyukai saluran televisi komersial karena mereka menunjukkan pada dunia bahwa Chavez adalah seorang pembohong dan komunis," ujarnya.

Ini adalah persoalan perspektif kelas dalam melihat kasus. Ini adalah masalah pendapat orang miskin dan orang kaya. Orang kaya anti-Chavez dan orang miskin pro-Chavez. Jika media lokal saja keberpihakannya sudah sangat jelas begitu, apalagi media internasional yang dikuasai oleh kelas borjuis. Feder, wartawan *NarcoNews Bulletin*, media yang khusus meliputi berita perang anti-narkotik dan politik Amerika Latin, melaporkan bahwa *Associated Press*, kantor berita yang memasok 90% berita tentang Venezuela, ternyata berpihak tanpa syarat pada kelas borjuasi yang sedang berjuang untuk menggulingkan Chavez.

Associated Press (AP) sudah terkenal dengan pemberitaan berat sebelah seperti ini, seperti yang terjadi pada kasus Peter McFarren, seorang jurnalis AP di Bolivia, yang terlibat dalam mengegolkan proyek pipa air senilai US$80 juta. Dalam pemberitaannya tentang konflik yang muncul dari proyek ini, McFarren menulis berita yang sangat merugikan rakyat yang menentang proyek itu. Belakangan, praktik McFarren itu berhasil dibongkar oleh NarcoNews. Penyelidikan oleh Komite Kejujuran dan Ketepatan Pemberitaan (FAIR) dan Howard Kurtz, wartawan *Washington Post*, membuktikan bahwa memang Peter McFarren berkepentingan mengegolkan proyek itu dan memutarbalikkan fakta dalam pemberitaannya.

Feder melaporkan bahwa wartawan *Associated Press* (AP) bukan saja tidak mau melaporkan apa yang dikerjakan oleh para pendukung Chavez, melainkan juga berani mengemukakan kebohongan terang-terangan. Contohnya, Feder melaporkan bagaimana pernyataan Organisasi Negara-Negara Amerika Selatan (OAS) yang mendukung tindakan Chavez dilaporkan sebagai "menentang Chavez". Dengan lihai, responden AP di Caracas, Nestor Ikeda, memutarbalikkan fakta ini. Ikeda juga selalu melemparkan komentar jahat ketika bicara tentang para pendukung Chavez, kaum *Chavistas*, yang membumbui komentar positif ketika bicara tentang para penentang Chavez. Dalam penulisan laporannya, Ikeda hanya mengandalkan pertemuan dan wawancara dengan para penentang Chavez. Ia sama sekali tidak pernah memuat pendapat para pendukung Chavez. Pendeknya, Ikeda berpihak tanpa syarat pada para penentang Chavez.

1. Dominasi Media Kapitalis Vs Gerakan Revolusioner Rakyat

Menurut, Silvio Waisbord,[152] sejak 1980-an, politik privatisasi dan liberalisasi telah melahirkan konglomerasi media di Amerika Latin. Di Meksiko dan Brazil, perusahaan Televisa dan Globo telah mendominasi keberadaan media selama berpuluh-puluh tahun. Dengan mengambil keuntungan karena dekat dengan pemerintahan otoriter, kedua korporasi media tersebut mengonsolidasikan kontrolnya, terutama dalam bidang penyiaran. Dalam perkembangannya, keduanya memegang bisnis yang cukup luas di bidang televisi, film, surat kabar, musik, radio, dan jenis industri media lainnya.

Pasar media lainnya juga menunjukkan persaingan yang tidak sempurna karena dominasi dua kekuatan media, seperti di Argentina (Grupo Clarin dan Telefónica), Kolombia (Grupo Santo Domingo dan Grupo Ardilla Lule), dan Venezuela (Grupo Phelps dan Grupo Cisneros). Di tempat lain, sistem media secara khas juga dikontrol oleh perusahaan keluarga kaya yang juga dekat dengan kekuasaan politik.

Karena adanya proses globalisasi yang kian cepat di Amerika Latin, perusahaan-perusahaan berskala global dan regional telah memasuki pasar dengan menjalin kerja sama dengan perusahaan domestik dalam bisnis tertentu (misalnya, televisi satelit), tetapi umumnya mereka tidak memiliki perusahaan media sendiri. Kecuali, di Spanyol dengan Telefonica yang dalam dekade terakhir mendominasi pasar media Argentina dan juga memiliki jangkauan yang luas di Amerika Latin.

Selain itu, perusahaan-perusahaan media Eropa juga telah mendapatkan kontrol atas penerbitan buku di kawasan tersebut. Masih terbuka apakah kepemilikan luar negeri akan mampu menerobos pasar penyiaran dan industri koran/majalah. Kasus

152. Silvio Waisbord, "*Media concentration in Latin America*", dalam *www.venezuelanalysis.com*.

yang menarik untuk dilihat adalah Brazil: para pesaing-pesaing Globo, dalam memenuhi suntikan dana yang besar, telah menekan pemerintah untuk melonggarkan pembatasan terhadap modal besar dari luar negeri.

Beberapa puluh tahun sebelumnya, para pimpinan partai politik, pejabat militer, dan pempinan-pimpinan industri menguasai kekuasaan media, stasiun-stasiun penyiaran, dan koran-koran. Peron di Argentina, Pinochet di Chile, PRI di Meksiko bukanlah para teladan bagi demokrasi hak kepemilikan media. Selain itu, juga Fujimori di Peru, Militer Brazil atau para diktator lainnya di Amerika Tengah juga tidak memiliki komitmen terhadap demokrasi informasi. Para penguasa otoriter tersebut menggunakan tindakan-tindakan otoriter untuk menciptakan media yang patuh, mulai dari penyensoran langsung atau memaksa media untuk menyiarkan propaganda negara, juga menyingkirkan para jurnalis dan pekerja media yang mengancam kekuasaan.

Sistem media Amerika Latin pun secara perlahan-lahan mengalami transisi dari sistem kepemilikan keluarga, media partisan, menuju (perusahaan) media yang terglobalisasikan. Transisi tersebut terjadi dalam tingkat perkembangan yang berbeda antara masing-masing negara di kawasan itu. Pasar media yang berkembang pesat terjadi di Argentina, Brazil, Chili, Meksiko, dan Venezuela.

Banyak intelektual liberal yang mengatakan bahwa semakin banyak bisnis media yang membanjiri masyarakat Amerika Latin sejak bertiupnya neoliberalisme, setelah rezim-rezim otoriter sebelumnya tumbang. Biasanya, muncul argumen bahwa jika teknologi semakin berkembang maju, pilihan orang juga akan semakin banyak. Argumen ini dianggap berkaitan dengan perkembangan demokrasi liberal yang menjanjikan datangnya masyarakat baru.

Asumsi tersebut, dalam kaitannya dengan meningkatnya teknologi informasi dan komunikasi, akan seiring dengan anggapan bahwa semakin kuat bisnis media, semakin maju pula demokrasi

suatu masyarakat. Dengan demikian, sering dikatakan bahwa media massa adalah pilar keempat demokrasi. Pada kenyataannya, pluralitas saluran media dianggap seiring dengan meningkatnya demokrasi.

Pertama, perusahaan yang sudah mapan telah melahap media-media baru. Raksasa regional dan global mengontrol sistem kabel dan satelit televisi juga mendominasi kehadiran media lewat jaringan internasional. Kedua, hanya minoritas penduduk yang dapat mengambil keuntungan jumlah saluran yang terus meningkat. Jika bersedia membayar, warga negara akan mendapatkan banyak pilihan—jika tidak mampu, pilihan informasinya sedikit.

2. Tv Memusuhi Chavez, Tv Dikalahkan Gerakan Rakyat Pro-chavez

Sebagaimana dikatakan ilmuwan politik Daniel Hellinger, media swasta Venezuela lebih dari bias, "Mereka juga aktif mengorganisasi upaya menggulingkan Chavez melalui kudeta, pemogokan, dan *recall*."[153]

"Kita memiliki senjata yang mematikan: media. Dan sekarang bahwa saya punya kesempatan, biarlah saya ucapkan selamat pada Anda." Di Caracas, pada 11 April 2002, selang beberapa jam sebelum menggulingkan Hugo Chavez, wakil laksamana muda Victor Ramírez Pérez memberikan selamat pada jurnalis Ibéyiste Pacheco yang hadir dalam acara yang ditayangkan oleh TV Venevision. Dua puluh menit sebelumnya, ketika Pacheco mulai melakukan wawancara terhadap sekelompok pejabat yang membangkang pada Chavez, ia tak bisa menutupi bahwa dalam acara itu tampak sekali bahwa jurnalis ini telah menjalin hubungan yang lama dengan para pembangkang pemerintah yang sah tersebut. Pada saat yang sama, dalam wawancara yang disiarkan secara langsung dari Madrid, jurnalis lainnya, Patricia

153. Justin Delacour, "Framing Venezuela: US Media's Anti-Chavez Bias", *Counterpunch*, June 1, 2005 atau dalam *http://www.mltoday.com/Pages/Commentary/JDelacour-FramingVenez.html.*

Poleo, juga menunjukkan sikap kejurnalisan yang sama dengan Pacheco. Melalui saluran TV Spanyol, TVE ia melaporkan, "Saya yakin bahwa presiden berikutnya adalah Pedro Carmona."[154]

Setelah Hugo Chavez naik ke tampuk kekuasaan karena memenangkan Pemilu 1998, saluran TV swasta—Venevisión, Radio Caracas Televisión (RCTV), Globovisión, dan CMT—dan sembilan dari sepuluh koran utama nasional, termasuk *El Universal*, *El Nacional*, *Tal Cual*, *El Impulso*, *El Nuevo País*, dan *El Mundo*, telah mengambil peran alih peran tradisional seperti yang dimainkan oleh partai politik. Monopoli terhadap informasi telah membuat mereka dapat memainkan kekuatan politik, berpihak pada kelompok yang kalah dalam pemilihan presiden dengan memuat berita yang mengangkat sudut pandang anti-Hugo Chavez. Semua investigasi, laporan/liputan berita, tajuk, wawancara, dan komentar yang ditampilkan dan ditayangkan di media mengarah pada tujuan uantuk mengabaikan legitimasi pemerintahan Chavez dan merusak dukungan rakyat terhadapnya.

Pada 21 Maret, *El Nacional* menuliskan berita yang mirip fitnah, "Hugo Chavez menjadikan dirinya sebagai kepala dari jaringan kriminal." Hari berikutnya, *Tal Cual* menunjuk pada perasaan muak yang diprovokasikan oleh kata-kata agresif yang ia (Chavez) gunakan untuk mencoba menakut-nakuti orang Venezuela. Secara jelas, Hugo Chavez dihina; disamakan dengan Idi Amin, Mussolini, atau Hitler; disebut fasis; diktator; tiran; dan dibanjiri dengan serangan-serangan kata kotor lainnya. Bisa jadi, di negara lain tindakan itu akan dianggap sebagai pencemaran nama baik (*libel*). Akan tetapi, Chavez dan para pejabat dalam pemerintahannya tidak juga melakukan sikap. Hanya Adina Bastidas, Menteri Perdagangan dalam Kabinet Chavez, yang mengomentari hal itu sebagai serangan tidak terhormat secara terus-

154. Maurice Lemoine, "*Venezuela's Press Power: How Hate Media Incited the Coup Against the President*", dalam Le Monde Diplomatique atau dalam *http://mondediplo. com/2002/08/10venezuela.*

menerus. Ia juga mengatakan dengan penuh nada sindiran bahwa media tersebut menuduhnya membiayai tindakan menanam bom di jalan-jalan. Ia tak dapat membela diri. "Jika kamu membalas serangan mereka, mereka pasti akan mengadu pada Amerika Serikat," ujarnya.[155]

Chavez kadang-kadang juga menjawab bombardir media yang berafiliasi pada kaum oposisi tersebut dengan bahasa yang keras, khususnya di acara mingguan "*Aló Presidente!*". Tuduhan bahwa Chavez adalah seorang diktator dan otoriter, bahkan pidato-pidatonya yang terkenal keras tidak mengobarkan kata-kata yang menunjukkan upaya mengontrol aliran informasi. Sejak Chavez menjadi orang nomor satu di negerinya, tidak ada satu pun wartawan atau media yang dipenjarakan karena kata-katanya yang melanggar etika jurnalistik, bahkan tidak ada satu pun media yang ditutup.

Pada 7 Januari, sekelompok pendukung Presiden Chavez mengepung kantor *El Nacional* menyanyikan slogan-slogan permusuhan terhadap media tersebut. Massa juga meneriakkan yel-yel "Katakan Kebenaran!" sambil melemparkan benda-benda ke kantor perusahaan media tersebut. Sejak saat itu sejumlah serangan terhadap para jurnalis meningkat. Menurut Carlos Correa, koordinator umum Provea (Programa Venezolano de Educación-Acción en derechos humanos), "Walaupun tidak ada yang meninggal, situasinya begitu serius. Jika para bos media menentang Chavez secara politik, tak akan mungkin lagi melakukan diskusi tentang masalah negeri ini. Tetapi, mengklaim bahwa tidak ada lagi kebebasan berekspresi sungguh tolol."

Dengan dipimpin oleh orang-orang berpengaruh dan para jurnalis puncak, media mengambil peran untuk melakukan proses destabilisasi negara di bawah pemerintahan Chavez: Pedro Carmona dengan asosiasi kamar dagang (Fedecámaras), Carlos Ortega dengan Konfederasi Pekerja Venezuela (CTV), beberapa anggota militer yang

155. *Ibid.*

menyempal, para teknokrat di perusahaan minyak nasional (PDVSA), dan beberapa pejabat Amerika Serikat.[156] Bersatu dalam "Blok Pers Venezuela" atau Venezuelan Press Bloc (BPV), media tersebut pada akhirnya menunjukkan posisi sejatinya pada saat bergabung dalam pemogokan umum pertama pada 10 Desember 2001.

Media difungsikan untuk menjadi kekuatan politik penyebar kepanikan (*scaremonger*). Opini-opini publik dicetak untuk mengobarkan perlawanan terhadap Chavez. Media-media melalui tulisan di koran dan ucapan mulut reporter atau pihak yang diwawancarai yang ditayangkan di TV berulang-ulang melontarkan kata-kata, "Sudah waktunya untuk menggantikan pemerintah!" atau "Waktunya menggulingkan pemerintahannya!" Pada 5 April, dua presenter TV memberikan komentarnya pada saat terjadi pemogokan di stasiun minyak yang dihubungkan dengan konflik PDVSA, "Sudahkah kalian mengisi bensin? Cepat, karena besok tidak akan ada lagi minyak di negeri ini." Dengan menyuruh para pengendara sepeda motor di sekitar pom bensin untuk tergesa-gesa mengisi bensinnya, seakan ingin diperlihatkan bahwa keadaan negara sudah parah dalam hal kelangkaan minyak meskipun pemogokan yang terjadi tidak sebesar yang dimanipulasi media kaum oposisi dan persediaan minyak juga masih banyak.

Laporan provokatif dan manipulatif semacam ini tentu saja bertujuan untuk membuat masyarakat Venezuaela panik. Tidak ada lagi tujuannya selain membuat rakyat melihat Hugo Chavez mengancam keamanan perekonomian mereka. Padahal, kaum oposisi sendirilah, melalui laporan manipulatif media, yang berusaha melahirkan kepanikan.

Pada 7 April, Ortega dan Carmona mengumumkan bahwa akan ada pemogokan besar-besaran. Editor *El Nacional*, Miguel

156. Maurice Lemoine, "*Who Rules: Elected President Or Self-Appointed Civil Society?: Venezuela: a coup countered*", Le Monde Diplomatique atau dalam *http:// mondediplo. com/2002/05/09venezuela.*

Enrique Otero, yang ada di barisan pemogokan mengatakan melalui media, "Kami semua terlibat dalam perjuangan ini karena ingin mempertahankan hak untuk memperoleh informasi." Dua hari berikutnya, BPV yang baru saja dikunjungi duta besar AS yang baru, Charles Shapiro, memutuskan untuk kembali melakukan pemogokan. Mulai saat itu, dalam siaran TV yang secara langsung (*live*), melaporkan beritanya dari markas PDVSA-Chuao, membesar-besarkan demonstrasi yang dilakukan pihak oposisi.

Media semakin gelap mata dan meninggalkan prinsip-prisnip pemberitaan yang objektif dan didasarkan pada keberimbangan sumber berita. Pada 10 April, *El Nacional* menyerukan dalam editorialnya, "Ayo, Turun ke Jalan!". Saluran TV Globovision menyerukan, "*Ni un paso atrás!* (Jangan melangkah lagi ke belakang!)" TV lainnya menyiarkan, "Orang Venaezuela, turunlah ke jalan pada tanggal 11 April jam 10 pagi. Bawalah benderamu. Untuk kebebasan dan demokrasi. Rakyat Venezuela tak akan menyerah. Tak ada yang akan mengalahkan kita!" Siaran semacam itu cukup aneh dan menyimpang karena media massa bukannya menyiarkan berita yang objektif, melainkan menjadi ajang untuk menyalurkan seruan-seruan sepihak dengan manipulasi kebenaran yang cukup buruk dalam sejarah media di mana pun. Hal itu dilakukan secara sengaja untuk mengondisikan kondisi politik, sebelum kudeta dilakukan untuk menggantikan Hugo Chavez.

Pada 11 April, konferensi pers militer dan sipil dilakukan dengan tuntutan agar Presiden Chavez mundur. Konferensi pers ini mendapatkan pemberitaan yang penuh dan diulang-ulang, dengan diiringi opini media yang mendukung tuntutannya. Di RCTV, Ortega mengajak kaum oposisi untuk melakukan demonstrasi di Miraflores (istana negara). Sekitar pukul 4 sore, ketika tingkat konspirasi semakin nyata, pihak yang berwenang di media memerintahkan untuk memblokir frekuensi yang digunakan oleh saluran swasta. Globovisión, CMT dan Televen mematikan

siarannya (*off air*) selama beberapa saat sebelum menayangkan lagi siarannya dengan menggunakan satelit atau kabel. Semua layar TV menyiarkan berita yang telah diedit untuk menunjukkan bahwa tentara pendukung Chavez yang menembaki kerumunan massa demonstrasi damai. Akibatnya, para pendukung Chavez, disalahkan karena dianggap membunuh dan mengakibatkan luka-luka.[157]

Para konspirator, termasuk Pedro Carmona, bertemu di kantor Venevisión. Mereka tinggal di sana sampai pukul 2 untuk mempersiapkan "langkah selanjutnya", bersama dengan Rafael Poleo (pemilik *El Nuevo Pais*) dan Gustavo Cisneros, tokoh kunci dalam kudeta. Cisneros, seorang miliuner asal Kuba dan pemilik Venevisión, menjalankan imperium media yang bernama "Organización Diego Cisneros". Perusahaan ini memiliki 70 *outlet* di 39 negara, termasuk Univisión (80% siaran bahasa Spanyol di AS), Canal 13, Chilevisión, DirectTV Latin America, Galavisión, Playboy TV Latin America, Playboy TV International, Uniseries, Vale TV, Via Digital, dan AOL Latin America. Cisneros juga merupakan seseorang yang menjadi sahabat dekat Presiden AS George Bush senior. Mereka sering bermain golf bersama dan pada 2001 mantan Presiden AS tersebut menghabiskan liburannya di *Cisneros's Venezuelan Property*. Kedua orang ini sama-sama menginginkan privatisasi PDVSA.

Pada pukul 4 sore tanggal 12 April, untuk mencegah pertumpahan darah, Chavez membiarkan dirinya ditangkap dan dibawa ke tempat yang jauh di Kepulauan Orchila. Tanpa menunjukkan dokumen penangkapan yang ditandatangani Chavez, media dengan penuh nafsu memberitakan "pengunduran diri" Chavez. "Bos dari segala bos", Pedro Carmona, mengumumkan dirinya sebagai presiden dan membekukan segala badan-badan demokratik dan terlegitimasi. Venezolana de Televisión, satu-satunya alat komunikasi yang dapat diperoleh pemerintah, adalah siaran yang pertama kali ditutup ketika

157. *Ibid.*

Carmona memperoleh kekuasaan. Setelahnya, hal yang sama juga dilakukan pada Radio Nacional de Venezuela dan agen berita resmi Venpres.

Pers menyambut kudeta dengan penuh semangat, mendukung kudeta dengan alasan yang memungkinkan rakyat Venezuela menganggap Chavez memang layak digulingkan. Ketika mewancarai Laksamana Carlos Molina Tamayo dan Victor Manuel García, direktur lembaga statistik Ceca, pada pukul 6.45, presenter Napoleón Bravo mengatakan secara sombong bahwa rumahnya digunakan untuk merekam rencana kudeta yang dilakukan oleh Jedral González González. García menggambarkan perannya pada pusat operasi pembangkangan militer di Fort Tiuna, "Kita adalah sejenis fasilitas komunikasi, dan saya harus mengucapkan terima kasih untuk solidaritas dan kerja sama mereka dalam membantu kami untuk membangun komunikasi dengan dunia luar dan melampaui instruksi yang diberikan Jenderal González González kepada saya."

"Satu Langkah Maju", begitulah judul tajuk utama di surat kabar *El Universal*. Jurnalis Rafael Poleo, yang termasuk dalam jajaran pengudeta yang menghadiri rapat pertama, bertanggung jawab untuk membuat dokumen dalam membentuk pemerintahan baru. "Presiden" Carmona menawarkan pada anak Poleo, Patraicia, kedudukan sebagai kepala biro informasi pusat Venezuela. Dekrit baru pemerintahan ditandatangani oleh wakil-wakil yang ditunjuk, gereja, perwakilan "masyarakat sipil" semu, dan juga Miguel Angel Martínez atas nama media. Daniel Romero, sekretaris pribadi mantan Presiden Carlos Andrés Pérez, dan wakil dari kelompok Cisneros grup, membacakan dekrit itu dengan suara keras diliput oleh berbagai media yang tentu saja dikuasai kelompok pengudeta.

Itu pun tidak cukup. Upaya pengudeta untuk membalas rezim Chavez yang merasa telah disingkirkannya juga memprovokasi adanya represi. Menteri Dalam Negeri, Ramón Rodríguez Chacín, dan seorang anggota parlemen, Tarek William Saab, ditangkap,

dihajar, dan dianiaya massa kelompok oposisi. RCTV memicu permusuhan dengan membuat daftar orang yang menjadi daftar pemburuan seakan para pendukung Chavez yanga masuk daftar itu adalah kriminal.

Pada 13 April, para pendukung Chavez turun ke jalan-jalan, dan pejabat yang loyal mengambil kembali kontrol. Akan tetapi, satu-satunya cara bagi rakyat Venezuela mendapatkan informasi adalah melalui CNN yang disiarkan dari Spanyol—hanya bisa diperoleh dengan jaringan TV kabel, atau situs internet harian *El Pais* yang berada di Madrid dan BBC di London. Ketika mengumumkan pemberontakan oleh divisi parasut ke-42 di Maracay, CNN mengungkapkan keheranannya bahwa pers tidak menceritakan apa pun. Kebebasan informasi yang telah digembar-gemborkan diganti dengan ketenangan. Pada saat pendukung Chavez turun ke jalan-jalan dan para pejabat dan militer yang loyal terhadap Chavez berjuang mengambil alih kekuasaan, layar-layar TV justru menayangkan film-film laga, acara masak, telenovela, kartun, dan pertandingan bisbol liga utama Amerika, diselingi dengan tayangan ulang pengumuman Jenderal Lucas Rincón's tentang pengunduran diri Chavez yang terjadi pada hari sebelumnya.

Pada sore hari tanggal 13 April, kerumunan massa berkumpul di depan RCTV (kemudian juga Venevisión, Globovisión, Televen dan CMT, serta kantor *El Universal* dan *El Nacional*), melemparkan batu-batu dan memaksa para pekerja media menyiarkan sebuah pesan guna meralat apa yang sebenarnya terjadi pada Presiden Chavez. Para pendukung Chavez ingin memastikan bahwa rakyat mengetahui bahwa Chavez masih menjadi presiden mereka.

Kemudian, saluran TV negara, Venezolana de Televisión, dapat dioperasikan kembali atas bantuan para militan dari media komunitas dan tentara penjaga presiden. Ketegangan telah pecah, digantikan dengan situasi yang berubah karena rakyat merasa bahwa Chavez akan menang kembali. Kecuali, *Ultimas Noticias,* tidak ada

satu pun koran yang memublikasikan di hari berikutnya tentang kembalinya Chavez sebagai presiden. Saluran TV swasta juga tak menayangkannya. Globovisión pun menyiarkan kembali siaran yang ditransmisikan dari TV internasional, bukan beritanya sendiri. Beberapa jurnalis mengundurkan diri karena jijik pada TV tempat kerjanya, seperti André Izarra yang mundur dari RCTV karena manajernya melarang liputan apa pun mengenai Hugo Chavez.[158]

Dari fakta-fakta tersebut, ditunjukkan bahwa penilaian dan tindakan Chavez terhadap TV harus diletakkan dalam konteks politik Venezuela. TV swasta yang dikuasai oleh kelompok oposisi memang menjadi penghambat bagi pelaksanaan program-program perjuangan Hugo Chavez untuk melakukan transformasi sosial di negerinya. Oleh karena itulah, salah satu program Chavez ketika naik menjadi presiden adalah juga merebut kembali televisi nasional (semacam TVRI di Indonesia) yang dapat digunakan untuk membalas penilaian-penilaian buruk dan serangan-serangan dari media Barat dan swasta yang dikuasai oleh kelompok kontra-revolusi. Hugo Chaves juga bermaksud mengegolkan proyek Telesur, yaitu dimaksudkan sebagai stasiun TV seluruh Amerika Latin yang dikomandoi Venezuela yang tujuannya adalah menyediakan berita dari perspektif rakyat Amerika Latin. Stasiun TV yang mendominasi benua waktu itu adalah CNN di Spanyol, yang mencerminkan bias kepentingan dari AS. Argentina, Brazil, dan pemerintahan yang baru terpilih di Uruguay mendukung kedua proyek tersebut.

Tanpa bermaksud membela Chavez, penulis hanya mengatakan bahwa ada kesimpulan yang dapat kita tarik dari posisi TV di Venezuela. Di negeri kita, Indonesia, keresahan terhadap TV justru berasal dari kalangan masyarakat karena dampak TV yang begitu luar biasa dalam memundurkan kebudayaan. Reaksi terhadap TV dari

158. Maurice Lemoine, "*Who Rules: Elected President Or Self-Appointed Civil Society?: Venezuela: a coup countered*", Le Monde Diplomatique atau dalam *http://mondediplo. com/2002/05/09venezuela.*

pihak pemerintah juga pernah muncul ketika Menteri Komunikasi dan Informasi Sofyan Jalil melakukan somasi terhadap acara parodi politik di sebuah stasiun TV karena dianggap melecehkan pemerintahannya.

Meski diserang secara terus-menerus oleh media, kemenangan Presiden Hugo Chavez dalam Pemilu 2006 menjadi bukti bahwa rakyat masih menginginkan tokoh yang anti-dominasi Amerika Serikat ini untuk menjadi pimpinannya. Hugo Chavez mempunyai legitimasi yang kuat di hadapan rakyat karena dianggap telah melakukan berbagai macam kebijakan yang membawa banyak perubahan bagi rakyat Venezuela.

Sejak Pemilihan Umum 1998 yang memenangkan tokoh sosialis Hugo Chavez, pemerintahan Venezuela menjadi tantangan besar bagi imperialisme AS dan para sekutu-sekutu lokalnya di benua ini. Secara domestik, kekayaan minyak Venezuela digunakan untuk mendanai program-program sosial(is) yang ambisius dalam upaya mengembangkan tingkat kehidupan mayoritas rakyat yang hidup dalam garis kemiskinan. Capaian yang signifikan di bidang pendidikan, misalnya, adalah program pemberantasan buta huruf, yang telah berhasil mengurangi buta huruf berdasarkan standar PBB. Dengan menciptakan 3000 sekolah Bolivarian yang baru, memasukkan 1,5 juta rakyat ke sekolah-sekolah gratis, program ini adalah yang pertama kali dalam 102 tahun. Pemerintahan Hugo Chavez menetapkan sistem pendidikan tinggi gratis—mendirikan Universitas Simon Bolivar, untuk mayoritas rakyat miskin yang selama ini menganggap pendidikan tinggi adalah barang mewah (rakyat miskin mendapat buku teks pelajaran gratis, transportasi ke universitas gratis, dan makanan gratis). Mahasiswa dan staf universitas juga bekerja bersama secara demokratis untuk membuat

kurikulum (*Mission Robinson* I, *Mission Robinson II*, *Mission Ribas* dan *Sucre*).[159]

Dalam pemilu sebelumnya, pemilu tahun 2000, Chavez mendapat kemenangan mutlak, yaitu 59,76% melawan kelompok-kelompok kekuatan politik yang menentang Chavez. Dalam pemilu tersebut Presiden Chavez menghadapi dua lawan, yaitu mantan pimpinan partai AD sekaligus mantan mayor Caracas Caludio Fermin (mendapat 37,52% suara) dan teman seperjuangan Chavez yang juga salah seorang konspirator kudeta 2000 Letnan Colonel Fransisco Arias Cardenas (mendapat 2,72% suara).[160] Cardenas adalah mantan gubernur terkenal dari negara bagian penghasil minyak, Zulia, dan mendapat dukungan dari kelas menengah atas.

Kemenangan Chavez pada 2000 tak lepas dari dukungan rakyat yang menilai bahwa Chavez memihak pada rakyat melalui konstitusi 1999. Jika pada 2000, mendapatkan suara 59,76%; pada pemilu 3 Desember 2006, Chavez mendapatkan suara 62,9%—mengalahkan lawan politiknya yang mewakili kelompok oposisi, Manuel Rosales, yang beroleh suara 36,9%.

Chavez menunjukkan eksistensinya yang terlegitimasi di kalangan rakyat meskipun sejak awal diserang terus oleh kelompok oposisi yang dibelakangnya dibantu AS. Partai-partai oposisi telah lama berdiskusi untuk melakukan suatu strategi politik, yaitu untuk menghasilkan satu kandidat agar dapat menampilkan figur yang dapat digunakan untuk menandingi Hugo Chavez. Manuel Rosales ternyata tidak mampu merebut hati rakyat dalam mengalahkan Chavez.

Itulah kekuatan Hugo Chavez yang mencerminkan kekuatan rakyat. Padahal, serangan terhadap Chavez dan Revolusi Bolivarian bertubi-tubi dilancarkan, baik melalui kudeta April 2002 maupun

159. Zely Ariane, "Banyak Hal Terjadi di Venezuela", dalam *http://www.prd-online.or.id/id/ index.php?option=com_content&task=view&id=89&Itemid=1&lang.*

160. "*Venezuela's 2000 Election Results*", dalam *www.wikipedia.com*.

aksi mogok dan referendum. Pemilu 2006 Venezuela yang juga masih mengandalkan senjata utama, media yang dikuasai oposisi yang secara jelas mencerminkan kepentingan elite bisnis dan cengkeraman AS, juga masih digunakan untuk mengalahkan Chavez.

Mayoritas media di Venezuela dimiliki oleh swasta yang berafiliasi ideologis dan berkepentingan politik dengan kelompok oposisi. Berkaitan dengan pemilu Desember 2006, empat televisi utama melakukan penyiaran secara terbuka, yaitu Venevisión, Televén, RCTV, dan Globovisión. Stasiun TV yang terakhir adalah TV baru yang mengudara selama 24 jam, sedangkan yang lainnya lebih banyak menayangkan hiburan. Sedangkan, tiga surat kabar utama adalah Últimas Noticias, yang paling banyak dibaca di Venezuela, El Nacional, dan El Universal, keduanya selalu mengkritisi Presiden Chavez. Sedangkan, radio yang jangkauan siarannya seluruh negara adalah Unión Radio. Pemerintah memiliki saluran televisi Venezolana de Televisión (VTV); TV pendidikan Vive TV; dan Telesur, saluran TV yang mengudara selama 24 jam, yang merupakan TV yang menjangkau Amerika Selatan dan Radio Nacional de Venezuela.

Di Globovisión, pencalonan Manuel Rosales mendapatkan 80% pemberitaan, dan 35% untuk Presiden Hugo Chavez, itu pun dengan nadanya yang sangat negatif. Di RCTV, koalisi Unidad mendapatkan penayangan sebesar 69% yang secara umum positif, sedangkan Chavez mendapatkan 29% yang separo darinya bernuansa negatif. Siaran-siaran lainnya di radio dan surat kabar juga menunjukkan kecenderungan yang sama. Media memiliki kecenderungan afiliatif terhadap calon tertentu meski pun telah ada aturan yang mengendaki penyiaran kampanye secara berimbang dan objektif.

Chavez dan para pendukungnya tentu saja tetap harus bekerja keras mengalahkan kelompok oposisi dan elite bisnis yang berusaha merebut kekuasaan dengan jalan demokratis lewat pemilu. Sebagaimana dalam pemilu-pemilu sebelumnya, titik tekan dari kampanye Hugo Chavez adalah melanjutkan program-program

sosial untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat Venezuela. Chavez mengatakan bahwa delapan tahun yang lalu, Venezuela adalah "kapal hantu" (*ghost ship*), yang dilabuhkan tanpa arah, tapi hari ini, kita berterima kasih pada kesadaran rakyat, yang telah diberikan kapal sejati. Chavez juga mengakui bahwa ia belum menjadi kapal yang sempurna, juga belum dilengkapi dengan awak-awak kapal yang sempurna, demikian juga nahkodanya juga belum sempurna. *Ultimas Noticias* edisi 31 Oktober, Chavez menambahkan, "Era revolusi akan terus kita mulai."[161] Dalam hal ini, Chavez selalu memperingatkan bahwa kesadaran rakyatlah yang akan menjadi benteng revolusi. Dirinya bukanlah penentu dari arah Venezuela, melainkan rakyat yang aktif dalam politik progresiflah yang akan menentukan. Perbaikan-perbaikan dari revolusi yang belum selesai hanya akan diuji dengan kerja-kerja politik rakyat.

Apa yang telah dicapai Venezuela masih jauh dari sempurna. Misi-misi sosial untuk memberikan pelayanan publik bagi rakyat di berbagai bidang belum selesai. Dalam hal ini, Chavez menjanjikan suatu kelanjutan dari proses—apa yang disebutnya sebagai—"memperdalam revolusi". Caranya adalah meneruskan proyek nasionalisasi minyak dan sektor perekonomian yang menguasai hajat hidup orang banyak, tetapi dikuasai oleh modal swasta untuk kepentingan sendiri. Chavez menunjukkan, di tahun 2004, pendapatan rata-rata rumah tangga meningkat sebesar 30 persen.[162]

Dalam sebuah kampanye 3 November 2006 di negara bagian Zulia, Chavez berjanji akan memperbaiki kinerja birokrasi. Ia mengakui bahwa korupsi adalah musuh besar yang menggerogoti pemerintahannya. Chavez menegaskan bahwa pemberantasan korupsi yang dilakukannya tidak hanya berkaitan dengan upaya penuntutan, namun juga pencegahan. Bagi Chavez, "Ini adalah

161. "*A Desperate Chavez Campaign*", dalam *Green Left Weekly*, 22 November 2006.

162. Zely Ariane, "Banyak Hal terjadi di Venezuela", dalam *http:// www.prd-online.or.id/id/index.php?option= com_content & task=view7id=89&itemid=1&lang.*

tugas pedagogis untuk menyingkirkan watak dan tindakan koruptif dalam masyarakat yang masih terwarisi oleh budaya feodalisme dan imperialisme, sisa-sisa kediktatoran lama, dan watak elitis sebagai bagian dari bentukan kapitalis yang ingin hidup enak dan mencari keuntungan bagi dirinya, di atas penderitaan rakyat."[163] Chavez berjanji akan meningkatkan pencegahan korupsi dengan mengatakan bahwa hal itu akan diatasi secara koordinatif—oleh lembaga-lembaga intelijen, seperti DISIP, DIM, PTJ, dan beberapa kementerian. [164]

Selain itu, Chavez meluncurkan kampanyenya dengan menggunakan slogan *10 Millones de votos* (10 juta suara),[165] dalam berbagai macam kesempatan juga dikatakan "10 millones por el buche" (10 juta suara cekokkan ke tenggorokan mereka) supaya lebih terkesan menantang calon-calon lainnya. Pada 17 Agustus 2006, pada saat memimpin sumpah di markas kampanye nasional (Comando Miranda), Chavez mengakui bahwa 10 juta suara akan sulit dicapai. Meskipun demikian, "10 juta suara" tetap menjadi slogan yang populer sebagai simbol keinginan pendukung Chavez untuk memenangkan calon presidennya.

Dengan media yang terbatas, Chavez menghadapi serangan media kelompok oposisi untuk menjernihkan persoalan di hadapan rakyatnya dan komunitas internasional. Tentunya, dengan kerja keras, mengambil kebijakan dan tindakan untuk menyambungkan kepentingan rakyat dengan posisi dan perannya sebagai presiden.

Pada akhirnya kita juga sungguh-sungguh memahami bahwa TV bukanlah media yang netral atau tanpa kepentingan ekonomi-politik. Sebagaimana pengamat komunikasi mazhab Kritis (*critical communication*) di Barat yang menganggap bahwa TV adalah sebuah kekuatan yang berpihak dan berusaha mengarahkan masyarakat ke

163. "*A desperate Chavez Campaign*", dalam *Green Left Weekly*, 22 November 2006.

164. *Ibid.*

165. Gregory Wilpert, "*Pre-election Analysis Venezuela Enters Normality (Sort Of)*", *www.venezuelanalysis.com,* Sunday, Dec 3 2006

dalam gaya hidup tertentu, tentunya tayangan-tayangannya akan mengonstruksi suatu cara berpikir masyarakat. Setelah masyarakat telah terbiasa dengan cara berpikir dan bertindak sebagaimana yang dimaksud oleh kepentingan di balik tayangan TV, tujuannya telah tercapai. TV adalah aparat utama pencetak generasi yang kondusif bagi pelanggengan tatanan kapitalis, yang menginginkan keuntungan dengan cara mengubah corak budaya masyarakat.

Hugo Chavez bahkan pernah melontarkan pandangannya tentang program TV swasta yang tidak mendidik, membuat rakyat dekaden, dan menuduh tayangan pornografi sebagian telenovela yang dituduhnya sebagai "racun murni" (*pure poison*). Namun sayangnya, Chavez terlalu reaktif dalam menyikapi serangan-serangan TV. Seharusnya, Chavez menggunakan kedudukannya bukan untuk menutup TV, melainkan membuat *counter-propaganda* yang dilontarkan pada rakyat untuk menjaga kesadaran agar tidak terprovokasi dengan rayuan budaya liberal TV-TV swasta yang secara kepentingan ekonomi-politik diarahkan pada neoliberalisme sebagaimana diinginkan para oposisi dan Amerika Serikat (AS).

Chavez juga merupakan sosok yang sadar pentingnya media sebagai penyadaran sekaligus kekuatan melawan hegemoni kapitalis melalui media. Pada saat berbagai media dikuasai oleh oposisi, dia menyerukan kepada para pengikut dan kelompok-kelompok masyarakat untuk melawan media dengan cara membangun media-media komunitas. Media ini diadakan oleh kelompok sipil yang berada di basis massa rakyat. Koran, majalah, tabloid, dan radio komunitas pun dibangun. Tanpa adanya upaya ini, informasi yang didapat masyarakat hanya akan berasal dari media borjuis yang meracuni dan penuh dengan kepentingan kelompok oposisi. Media komunitas menjadi tameng bagi serangan informasi searah dari pihak kapitalis-imperialis yang dalam banyak hal memanipulasi kebenaran.

BAB VIII

Komunikasi Antar-budaya dan Proses Saling Memahami Untuk Mencegah Konflik Sosial

b r a

Berbicara tentang wajah kehidupan keragaman budaya (*multicultural*), kita akan melihat gambaran yang karut-marut dalam hubungan komunikasi antar-manusia. Selalu ada saja isu yang menyebabkan berbagai kelompok sosial merespons situasi dengan cara memaksakan pandangannya yang kadang tidak objektif. Pemaksaan cara pandang juga dilakukan dengan gerakan massa dan kadang "menghalalkan" kekerasan.

Ketika isu terorisme merebak, terjadi keresahan di masyarakat. Banyak catatan tambahan yang dapat digunakan untuk mengatakan bahwa tahun ini kehidupan keberagamaan juga belum juga membaik. Berbagai gejolak sosial, seperti penyerangan atas nama agama terhadap kelompok lain yang dianggap salah, menunjukkan bahwa perjalanan kebudayaan Indonesia tidak sedang maju ke arah perbaikan. Terbukanya ruang demokrasi sejak 1998 seharusnya dapat memajukan proses budaya bangsa kita. Akan tetapi, pada kenyataannya ketimpangan ideologis senantiasa lahir, konflik pun seakan menjadi sahabat erat kita.

Beberapa tahun lalu, kita dihadapkan pada kasus penyerangan dan vandalisme yang dilakukan oleh kelompok Islam terhadap JIL (Jaringan Islam Liberal) di Utan Kayu Jakarta, penyerangan terhadap tempat ibadah dan rumah-rumah penganut Ahmadiyah, serta penutupan tempat-tempat ibadah (gereja). Fundamentalisme keberagamaan yang didasari oleh penafsiran ajaran agama secara tekstual dan anti-multikulturalitaslah yang mendasari gerakan keberagamaan yang dalam banyak hal diungkapkan dalam bentuk-bentuk kekerasan.

Sekarang dan di masa depan, tidakkah konflik sosial dalam masyarakat multikultural akan semakin memburuk jika kontradiksi ekonomi masyarakat kita tidak mampu diselesaikan, terutama oleh pemerintah kita?

Khususnya, bagi negara kita Indonesia, multikulturalisme bukan hanya pernyataan tentang fakta, melainkan ia juga merupakan nilai. Fakta adalah realitas yang kita terima dengan cara mengobjektifkan apa yang ada. Nilai lahir dari interaksi antar-individu dan antar-komunitas, memiliki sejarah materialnya. Multikulturalisme mengakui keberadaan komunitas yang berbeda, tetapi yang paling penting adalah menggali nilai-nilai positif bagi identitas kolektif yang hidup berdampingan. Setiap komunitas budaya, etnis (suku), agama, dan bentuk komunitas apa pun dapat menegaskan keberadaannya, tetapi dapat berpartisipasi secara adil dan memenuhi kebutuhan hidup secara bersama-sana.

Dalam ajaran agama Islam, misalnya, multikulturalisme diakui secara nyata. Ditegaskan bahwa Allah telah menciptakan manusia berbangsa-bangsa, bersuku-suku, laki-laki dan perempuan, serta perbedaan-perbedaan yang lain. Keniscayaan perbedaan itu sebenarnya dimaksudkan agar manusia saling mengenal, mengetahui satu sama lain. Suatu hal yang natural bahwa kegiatan mencari tahu pertama-tama disebabkan oleh adanya rasa penasaran (*anxious*) ketika seseorang menghadapi kontradiksi, permasalahan, atau

perbedaan. Dengan demikian, dalam kondisi kestabilan, kesamaan, dan tiadanya keunikan, manusia tidak mungkin ingin mengetahui. Karena perbedaan dan kontradiksi, yang dijawab dengan kegiatan mencari tahu tersebut sejarah peradaban menjadi maju, bahkan progresif dalam epos sejarah tertentu. Perubahan pun adalah sunatullah. Artinya, perbedaan dan kemajuan adalah suatu hal yang tak pernah dapat dipisahkan. Karena perbedaan tersebutlah, sejarah kemajuan dapat dijawab bersama-sama oleh perbedaan. Kemajuan yang dilandasi keadilan dan penghargaan adalah kata kunci bagi terciptanya masyarakat multikultural.

Kenyataan keragaman itu saat ini telah terancam. Sebab-sebab terancamnya kerukunan multikultural tentunya juga telah terbukti muncul dalam sejarah ketika kontradiksi utama masyarakat tidak dapat diselesaikan. Ketimpangan ekonomi sering memunculkan sentimen-sentimen rasial, keberagamaan, dan kesukuan. Dari sini jelas bahwa, masing-masing komunitas kultural akan dapat hidup harmoni jika dalam hubungan materialnya, pengalaman-pengalaman interaksi konkretnya diwarnai dengan hubungan saling menguntungkan dan kerja sama dalam memenuhi kebutuhan hidup dan bersama-sama mewujudkan kemasyarakatan yang lebih baik.

Masalahnya, makna kehidupan komunitas yang dialami oleh tiap-tiap orang selalu merupakan hasil pengalamannya kenyataan material, konkret, dan tidak bisa tergantikan dengan apa pun selain prasangka-prasangka yang tak terjembatani dalam wilayah material itu. Makna kebudayaan dan keberagamaan juga tidak pernah lepas dari kondisi material atau lingkungan sosio-ekonomi tempat manusia hidup.

Dalam kaitan tersebut, melihat hubungan antara komunitas-komunitas yang berbeda selalu harus dimaknai dengan suatu asumsi bahwa masing-masing telah mengembangkan kebenarannya. Namun, bukan berarti bahwa hal ini adalah relativisme karena ini menyangkut bagaimana berinteraksi secara sosio-kultural. Masing-masing adalah

kumpulan manusia yang berhadapan dengan lingkungannya untuk memenuhi dan mengembangkan kebutuhan hidup.

Artinya, penafsiran budaya dan keyakinan keberagamaan pun dapat diuji dan didialogkan dengan cara yang benar dan tanpa kekerasan (sepihak), tidak ada yang menyangkal bahwa dalam setiap keyakinan terhadap definisi diri dan komunitas (termasuk keberagamaan) setiap orang butuh pengakuan, ekspresi, dan simbolisasi. Itu pun adalah suatu proses yang dinamis dan tidak baku, berkembang sesuai konteks historisnya.

Ketika budaya dan makna keberagamaan adalah proses yang dinamis yang tidak independen dari perkembangan material sejarah, relativisme tidak sanggup berbicara ketika di antara keberagaman itu masing-masing dapat bertemu dalam penguniversalan, yaitu dalam menjawab permasalahan-permasalahan pokok yang dihadapi secara bersama dalam kehidupan ini. Letaknya ternyata ada di ranah material, kenyataan sehari-hari, dan kesulitan-kesulitan hidup yang jawabannya juga berupa tindakan konkret. Semua budaya dan agama, dewasa ini, berhadapan dengan suatu kontradiksi pokok yang sifatnya tidak lagi relatif, tetapi universal karena berkaitan dengan bagaimana globalisasi kapitalis (sebagai kontradiksi besar) telah membagi-bagi dan mendisintegrasi masyarakat dalam ketimpangan ekonomi.

Oleh karena itu, relativisme kebudayaan adalah suatu cara pandang bahwa masing-masing komunitas secara berbeda menafsirkan kenyataan. Karena "ruang pengalihan" dari komunikasi konkret untuk mendialogkan kebutuhan-kebutuhan riil terlalu luas, mungkin juga karena jurang pemisah antara kekuasaan dan ketertindasan terlalu jauh.

Jadi, dalam mengenal satu sama lain antara satu orang dan lainnya, juga antara satu komunitas dan komunitas lainnya, memerlukan pengetahuan. Pengetahuan juga dibutuhkan untuk mengenali kontradiksi dan permasalahan apa yang sedang dihadapi

manusia dewasa ini. Inilah yang tidak pernah ditekankan oleh kaum relativis. Anti-universalitas dan anti-objektivitas, dan tiap individu atau komunitas atas nama keberagaman dan keunikan budaya masing-masing dibiarkan menafsirkan makna dari ketidaktahuan akan gambaran riil tentang dunia yang terus berkembang. Relativisme membiarkan komunitas budaya-budaya yang unik, tradisional, dapat dibiarkan dalam keberadaannya yang jika diverifikasi sangat terbelakang. Itu dibiarkan selama dapat dieksploitasi dan dikomersialkan, dapat menambah diversifikasi "produk budaya" yang akan dikontestasikan di pasar.

Akhirnya, kita juga telah lihat dalam sejarah bahwa konflik budaya, termasuk konflik keberagamaan, ternyata juga dipicu oleh nafsu kekuasaan ekonomi, perebutan-perebutan wilayah untuk mencari sumber daya alam. Amerika Serikat tidak mengejar para teroris sebagai tujuan akhir. Mereka sebenarnya hanya ingin memastikan bahwa hegemoni ekonominya di dunia dapat dipastikan aman. Isu terorisme yang nyatanya justru memperkuat sentimen keberagamaan, bahkan justru mengalihkan masyarakat dari masalah sebenarnya. Seolah pula, di dunia ini kita sedang diancam dengan konflik (perang) agama dan kebudayaan. Padahal, itu hanya ilusi atau memang diciptakan sebagai ilusi.

A. Gejala Keanekaragaman Budaya dan Konflik Antar-Kebudayaan dalam Konteks Global

Komunikasi antar-budaya atau komunikasi lintas-budaya (*inter-cultural communication*) merupakan kajian yang tak bisa diabaikan begitu saja di era sekarang ini, era ketika konflik dan kekerasan menjadi gejala yang sifatnya semakin meluas. Berbagai peristiwa kekerasan dan gerakan yang membawa ideologi perlawanan secara umum menunjukkan bahwa perasaan kememadaian yang terlalu besar terhadap kelompok budayanya menjadi pelicin bagi antar-

kelompok di masyarakat dalam pergaulan dalam negara-bangsa maupun antar-negara (internasional).

Berikut ini adalah gejala-gejala ekspresi budaya, baik yang muncul dalam pemikiran ideologis maupun fanatisme kelompok kebudayaan yang setidaknya mewarnai wacana konflik dunia internasional, juga bagaimana gambaran sekilas tentang konflik antar-kelompok kebudayaan di Indonesia. Penulis uraikan gejala-gejala ini untuk menunjukkan bahwa prasangka antarbudaya, seperti rasisme, etnosentrisme, dan ideologi kelompok itu benar-benar ada dalam kehidupan kita.

1. Rasialisme Eropa

Ulasan yang dibuat oleh *Kompas* (24/10/2010) sungguh mengejutkan dalam kaitannya dengan kian kuatnya perasaan anti-Islam. Laporan yang berjudul "Dilema Multikulturalisme Eropa" itu diawali dengan bagaimana sikap Jerman melalui Kanselirnya, Angela Markel, yang baru membuat pernyataan yang mengejutkan. Dalam pernyataan itu, Markel mengatakan bahwa usaha membangun multikulturalisme di negaranya telah gagal total.

Markel berangkat dari kenyataan bahwa di negaranya telah terjadi diskriminasi terhadap para pendatang yang sebagian besar berasal dari Turki dan negara-negara Arab dan beragama Islam. Horst Seehofer, Perdana Menteri Negara Bagian Bavaria yang juga ketua partai yang menjadi rekan koalisi pemerintahan Angela Markel mengatakan bahwa kedua partai, CDU dan Uni Sosial Kristen, menegaskan komitmen mewujudkan kultur Jerman yang dominan dan menentang (bentuk) multikultural.[166]

Sikap Jerman terhadap imigran tampaknya juga dimiliki oleh kebanyakan masyarakat di negara-negara Eropa. Multikulturalisme

166. "Jerman, Dilema Multikulturalisme Eropa", *Kompas*, Minggu 24 Oktober 2010, hlm. 10.

di Eropa bahkan dianggap banyak pengamat sebagai basa-basi, sekadar sebuah tindakan untuk menghadapi membanjirnya imigran ke negara mereka. Oleh karenanya, multikulturalisme Eropa justru menciptakan keterasingan (alienasi) permanen bagi para imigran. Melimpahnya imigran yang umumnya berpendidikan rendah dan tidak mempunyai keterampilan, memicu terjadinya masalah-masalah sosial, seperti pengangguran, kecemburuan sosial, dan kriminalitas.

Masalah-masalah sosial tersebut salah satunya memunculkan perasaan bagi imigran. Terutama, saat ancaman menurunnya kesejahteraan mulai menjadi gejala di beberapa negara Eropa akibat adanya tendensi dilakukannya kebijakan-kebijakan neoliberalisme terhadap masalah tenaga kerja. Di Prancis, misalnya, kebijakan neoliberal ditentang habis-habisan oleh rakyat. Tahun 2006, misalnya, dalam kurun waktu beberapa bulan, Prancis diguncang aksi protes jutaan orang yang turun ke jalan. Aksi ini merupakan penolakan terhadap undang-undang baru "kontrak tahun pertama" (CPE) yang memperbolehkan perusahaan untuk mem-PHK buruh yang berusia di bawah 26 tahun tanpa alasan apa pun dalam dua tahun pertama masa kerjanya.

Kondisi ekonomi Prancis mengalami penurunan sejak diberlakukan privatisasi terhadap sarana transportasi kereta api, pemangkasan kesejahteraan, tingginya angka pengganggguran dari negara-negara Uni Eropa (di atas 9%). Pemerintah Prancis bermaksud agar UU tersebut ditujukan untuk mengatasi tingkat pengangguran di negara ini—seperti alasan SBY-Kalla. Secara nasional, pengangguran di usia 26 tahun ke bawah mencapai 22,2 persen, padahal sebelumnya 9,6 persen di akhir tahun 2005 dan 10,2 persen pada akhir 2004.

Tingginya angka pengangguran di Prancis, selain karena melambatnya pertumbuhan ekonomi, juga dipicu oleh membanjirnya tenaga kerja murah berusia muda non-Prancis yang kebanyakan

berasal dari Eropa Timur dan Tengah. Pemerintah Prancis menyatakan CPE adalah jalan keluar untuk mengatasi pengganggguran di Prancis. Sebagian warga dan kalangan pekerja juga masih banyak yang memiliki perasaan benci terhadap para imigran yang berasal dari luar. Protes terhadap UU Ketenagakerjaan tersebut dapat diartikan sebagai penolakan terhadap masuknya tenaga-tenaga kerja murah yang lebih disukai oleh perusahaan dan kapitalis. Tenaga kerja murah kebanyakan adalah para imigran. UU dimaksudkan untuk memungkinkan perusahaan merekrut tenaga kerja asing dan gampang memecatnya pada masa kontrak 2 tahun, sebagaimana hal ini sulit dilakukan pada rakyat Prancis.

Hal-hal semacam itulah yang membuat sentimen anti-imigran muncul, khususnya meningkatnya "islamophobia". Perang melawan terorisme yang dilancarkan Amerika Serikat (AS) sejak 2001 juga turut memicu meningkatnya kesadaran anti-Islam yang bisa jadi semakin meluas, apalagi kelompok teroris juga kian melebarkan kegiatannya dengan melakukan penyerangan-penyerangan di kawasan Eropa, seperti di Madrid (2004), London (2005), dan baru-baru ini terbongkar plot serangan teroris Al-Qaeda di beberapa kota utama di Eropa.

Sentimen anti-Islam itu juga kian semarak itu karena menjadi komoditas politik kekuatan-kekuatan politik ultra-Kanan di hampir semua negara Eropa. Makin menguatnya partai-partai Kanan seperti ditunjukkan kian meningkatkan jumlah pemilih Front Nasional di Prancis yang dipimpin Jean-Marie Le Pen, kemenangan Liga Utara di dua Provinsi Italia Utara. Sentimen yang paling terkenal adalah menguatnya dukungan terhadap Partai Kemerdekaan di Belanda yang dipimpin oleh Geert Wilders yang pernah menyemburkan semangat anti-Islamnya saat film *Fitna* dibuat dan dipertontonkan kepada masyarakat dunia.

Melalui film *Fitna*, politisi Belanda itu memberikan penafsiran yang sempit terhadap ajaran Islam. Hal yang berusaha digugah dari

menonton film yang dibuatnya adalah perasaan kebencian terhadap Islam. Prasangka rasisme dibuat dan dipoles secara habis-habisan dalam film tersebut. Bagi orang yang mempelajari secara benar tendensi-tendensi politik di Barat, gema rasisme sebagaimana diwakili Wilder sebenarnya bukan yang pertama maupun satu-satunya. Rasisme atau politik Kanan bahkan menjadi ideologi yang berjalan tanpa henti seiring dengan krisis ekonomi yang melanda di negara-negara Barat sejak dipangkasnya jalan Negara Kesejahteraan dan menangnya jalan ideologi neoliberalisme. Di Jerman, romantisme masa lalu (nazisme) juga beriring dengan kebencian yang mendalam terhadap para pendatang dari Timur Tengah (Islam).

Sungguh, tidak ada yang dapat melupakan bagaimana sentimen rasisme itu sangat membahayakan—menunjukkan gagalnya komunikasi interkultural dan intergrup yang gagal. Teringat gerakan rasisme ala Nazi, kita akan melihat bagaimana Eropa pernah disapu oleh kekuatan rasisme dan fasisme yang membahayakan kehidupan multikultural bukan hanya di Eropa, melainkan juga di dunia. Untuk kembali pada sejarah masa lalu, nazisme, secara resmi dalam bahasa Jerman "Nasional Sosialisme" (*Nationalsozialismus*), adalah ideologi totaliter dan menjadi praktik Partai Nazi di bawah pimpinan Adolf Hitler. Kebijakannya dijalankan oleh pemerintahan diktator Nazi Jerman mulai dari tahun 1933 hingga 1945.

Nazisme banyak pula dianggap sebagai bentuk fasisme, yang dianggap sebagai aliansi aliran politik "Kanan". Kelompok Nazi adalah salah satu dari kelompok-kelompok historis yang menggunakan istilah "National Socialism" untuk menyebut diri mereka. Kemunculannya mulai semarak di awal tahun 1920-an. Partai Nazi memunculkan programnya dalam bentuk "20 poin Program Sosialis Nasional" pada 1920. Elemen-elemen kunci ideologi Nazisme antara lain anti-parlementarianisme, Pan-Jermanisme, rasisme, kolektivisme, anti-semitisme, anti-komunisme, dan oposisi terhadap ekonomi liberal dan liberalisme politik.

Pada 1930, nazisme bukanlah suatu gerakan yang sifatnya monolitis (tunggal), tetapi, khususnya di Jerman, merupakan kombinasi berbagai macam ideologi dan filsafat yang berkaitan dengan nasionalisme, anti-komunisme, tradisionalisme, dan ide yang menganggap pentingnya kebangsaan berdasarkan kesukuan atau ras (*ethnostate*). Kelompok-kelompok yang waktu itu ada, seperti Strasserisme dan Front Hitam (Black Front) adalah bagian dari gerakan Nazi di awal-awal berdirinya atau cikal bakalnya. Gerakan mereka yang keras dipicu oleh kemarahan mereka terhadap Perjanjian Versailles, yang oleh mereka dianggap sebagai hasil konspirasi kelompok komunis/Yahudi untuk mengalahkan Jerman di akhir Perang Dunia I. Kekalahan yang diderita Jerman di akhir perang memanglah sangat kritis, terutama ketidakjelasan ideologi, terutama setelah Republik Weimar pasca-perang. Inilah yang memicu Partai Nazi mendapatkan tempat dan berkuasa di Jerman pada 1933. Sebagai reaksi terhadap kekacauan akibat Depresi Besar (*Great Depression*), Nazi meluncurkan "Jalan Ketiga", yang merupakan jalan ekonomi yang dianggap bukan kapitalisme atau komunisme.

Hampir semua orang dan para ahli sepakat bahwa nazisme dianggap sebagai bentuk fasisme—sebuah istilah yang definisinya paling banyak menimbulkan banyak perdebatan. Ideologi fasisme dan nazisme sama-sama menolak ideologi demokrasi, liberalisme, dan marxisme, tetapi sangat sulit untuk mengidentifikasi definisi yang sempurna tentang kedua ideologi itu. Kebanyakan ahli politik yang mempelajari fasisme ada pengaruh, baik dari kiri maupun kanan ideologi itu. Secara historis, ia menyerang komunisme, konservatisme, dan liberalisme parlementarian, yang dalam hal ini menarik dukungan dari kelompok kanan.

Fasisme Italia, misalnya, cenderung percaya bahwa semua elemen masyarakat harus disatukan dalam sebuah bentuk "korporatisme" untuk membentuk "Negara Organik" (*Organic State*), dan kaum fasis Italia tak sering menekankan pada gagasan yang kuat pada ras seperti

halnya di Jerman. Tentu saja, Nazi Jerman menekankan sentimen rasial lebih kuat, menegaskan bahwa ras Arya sebagai "Volk" (Rakyat) yang dianggapnya sebagai tujuan negara. Aryanisme tentu bukanlah ide yang menarik bagi orang Italia (yang bukan merupakan produk Nordic), tetapi masih saja banyak rasisme di Italia, pembunuhan massal atas nama ras (*genocide*) di kamp-kamp konsentrasi di Italia, jauh hari sebelum terjadi di Jerman.

Beberapa sejarawan, seperti Zeev Sternhll, melihat bahwa masing-masing gerakan memiliki keunikan masing-masing. Akan tetapi, kebanyakan sejarawan menganggap bahwa fasisme di Italia dan Jerman keduanya memiliki kemiripan. Selain itu, kejahatan gerakan fasis bisa dibandingkan, bukan hanya dari aspek korban-korbannya, melainkan juga dari perkembangan umumnya dari masing-masing, misalnya "Pawai di Roma"-nya Benito Mussolini dan upaya kudeta di Munich-nya Adolf Hitler.

Salah satu karakter ideologi fasisme Nazi adalah nasionalisme yang kuat. Hitler mendirikan negara Nazi dengan sentimen kesukuan dan kebangsaan yang rasialistis atas nama "rakyat Jerman" dan secara mendasar menolak ide nasionalisme yang terbatas. Hal itu tentu saja berarti upaya untuk mendapatkan keunggulan tanpa batas. Artinya, nasionalisme berlebih (*hyper-nationalism*) yang dibangunnya digunakan untuk menggapai dominasi Ras Arya-Jerman atas dunia. Inilah yang menjadi ide dasar dari *Mein Kampf*, yang disimbolkan dengan slogan/moto "*Ein Volk, ein Reich, ein Führer*" (Satu Rakyat, Satu Kekuasaan, Satu Pemimpin). Hubungan Nazi dengan *volk* dan negara disebut "Volksgemeinschaft" (komunitas rakyat). Sebuah neologisme di abad sembilan belas atau awal abad dua puluh yang mendefinisikan tugas komunal warga negara dalam pelayanannya terhadap "the Reich" (yang dianggap lawan kata masyarakat sederhana). Istilah "National Socialism" berasal dari hubungan warga-negara. Istilah "sosialisme" diartikan sebagai kesadaran yang muncul dari individu yang bertugas melayani rakyat Jerman. Semua

kegiatan dan tindakan harus diabdikan pada "the Reich". Orang-orang Nazi menyatakan bahwa tujuan mereka adalah membawa negara-bangsanya sebagai tempat atau pengejawantahan kehendak kolektif rakyat, diikat oleh *Volksgemeinschaft*, baik sebagai landasan ideal maupun operasional.

Hal lain yang mencolok adalah militerisme. Nazi menganggap bahwa keperkasaan militer adalah lambang kebesaran negara dan penting untuk menciptakan keteraturan. Ketidaksukaannya pada liberalisme membuatnya menjunjung tinggi nilai ketertiban yang dibangun dengan menyandarkan pada disiplin militeristik yang kuat. Hanya dengan kekuatan dan kedisiplinan inilah, "Jerman Yang Perkasa" akan dapat dicapai. Hanya dengan kekuatan militer yang kuat, tujuan akan dapat dicapai.

Inilah ciri lain yang menonjol: terjadi diskriminasi rasial yang nyata. Cara pandang rasial Nazi dipengaruhi oleh karya Arthur de Gobineau, Houston Stewart Chamberlian, dan Madison Grant, dan dielaborasi oleh Alfred Rosenberg dalam bukunya *The Myth of the Twentieth Century*. Hitler juga mengklaim bahwa sebuah bangsa adalah kreasi paling tinggi dari "ras", dan "bangsa-bangsa yang besar" adalah kreasi dan penduduk homogen yang berasal dari "ras agung" yang bersama-sama membentuk suatu bangsa. Bangsa ini mengembangkan suatu budaya yang secara alami tumbuh dari ras yang memiliki sifat bawaan, seperti kesehatan alami yang baik, dan agresif, cerdas, dan pemberani. Negara yang lemah, kata Hitler, adalah yang rasnya tak murni atau tidak sama karena mereka telah terpecah belah dan terbagi-bagi, saling-bertengkar, dan karenanya budayanya sangat lemah.

Bagi Hitler dan Nazi, dari semua ras yang buruk dianggap sebagai "Untermensch" (di bawah manusia [*subhumans*]) yang parasit, umumnya kaum Yahudi, dan yang lainnya adalah suku Gipsi, kaum homoseksual, orang cacat, dan yang disebutnya anti-sosial. Semua kaum itu dianggap oleh Nazi sebagai "lebensunwertes Leben"

atau "makhluk hidup yang tak ada gunanya hidup lemah dan rendah kualitasnya karena suka mengembara dan tak memiliki tempat tinggal (seperti gerakan 'Yahudi Internasional'). Penyiksaan terhadap kaum homoseksual sebagai bagian dari Holocaust dilakukan oleh orang-orang Nazi. Menurut kaum Nazi, merupakan kesalahan yang nyata jika pluralitas dibiarkan dalam sebuah negara. Tujuan dasar Nazi adalah menyatukan dari semua orang Jerman yang bersuara dan tidak baik untuk membaginya menjadi negara-bangsa yang berbeda. Hitler menyatakan bahwa negara yang tidak mempertahankan wilayahnya tak akan mampu bertahan. Ia menganggap bahwa "ras budak", seperti orang Slavia, berada dalam kondisi lebih buruk dibandingkan "ras pemimpin".

Mengapa Nazi sangat membenci kaum Yahudi? Menurut propaganda Nazi, orang-orang Yahudi yang berkembang dengan pesat mengacaukan suasana dengan membagi orang-orang Jerman dan negara-negara di dunia. Semangat antisemitisme Nazi ini benar-benar bersifat rasial. Bagi mereka, "Orang Yahudi adalah musuh dan perusak kemurnian darah, perusak yang paling sadar bagi ras kita." Yahudi juga digambarkan sebagai plutokrat yang suka mengeksploitasi buruh. Kata Hitler, "Sebagai kaum sosialis kita adalah musuh orang-orang Yahudi karena kita melihat bahwa Yahudi adalah penjelmaan dari kapitalisme, penyalahgunaan dari kebaikan suatu bangsa." Selain itu, kaum Nazi mengungkapkan penentangannya terhadap kapitalisme keuangan (*finance capitalism*) karena kaum Yahudi dianggap telah memanipulasi ekonomi dengan cara memainkan uang di kalangan para pemilik bank Yahudi.[167]

Besarnya Nazi memang tak lepas dari tokoh Hitler, seorang yang berkuasa secara totaliter dan otoritarian. Ia mendapatkan banyak kekuasaan dari sentimen rasial yang dibangunnya bersama

167. Jason Bennetto, "Holocaust: Gay Activists Press for German Apology", dalam *The Independent*, lihat *http://findarticles.com/p/articles/mi_qn4158/is_/ai_n14142669.*

partai yang mengendalikan para pengikut dan rakyat Jerman secara umum. Hitler adalah seorang oportunis. Ia adalah seorang laki-laki yang memiliki dan dikendalikan oleh sebuah fanatisme yang mengidentikkan dirinya dengan Jerman. Mesin-mesin propaganda dibangun, para musuh-musuhnya berhasil disingkirkan. Ia memang negarawan yang cerdas. Ia muncul saat terjadi krisis dan kehadirannya membangkitkan semangat rakyatnya. Oleh karenanya, ia dianggap sebagai orang kuat karena rakyat menganggapnya sebagai penyelamat.

Itulah yang menyebabkan wewenang diberikan kepadanya untuk menafsirkan kebutuhan ideologis bangsa Jerman. Ia menjadi orang yang kuat dan bagai disembah-sembah oleh rakyatnya meskipun tindakannya sangat fasis dan melanggar hak-hak asasi manusia. Kekuasaan Hitler dan Nazi secara efektif berakhir pada 7 Mei 1945, sering disebut "V-E Day", ketika Nazi menyerah pada kekuasaan Sekutu yang mengambil alih kekuasaan Jerman hingga Jerman membentuk pemerintahan yang demokratis.

Mengingat munculnya tindakan kekerasan akibat ideologi kelompok, termasuk yang didefinisikan berdasarkan kebudayaan kelompoknya, kita tentu akan melihat bagaimana bahayanya ancaman itu yang masih bisa terjadi sekarang di Eropa. Komunikasi antar-budaya merupakan bagian dari komunikasi antar-kelompok yang harus melibatkan kebijakan untuk menyusun konfigurasi kekuatan-kekuatan sosial di masyarakat yang memungkinkan dasar-dasar hubungan sosial itu mudah dibawa ke arah harmoni.

2. Zionisme

Kelompok Yahudi sebagai korban nazisme yang paling nyata tampaknya justru mengalami kebangkitan dan meraih posisi dalam politik dunia sekarang ini. Mereka telah berhasil membangun Negara Israel dan mengusir Palestina di kawasan Timur Tengah, tepatnya sekitar Jalur Gaza, yang hingga kini masih mengalami konflik

berkepanjangan. Sedangkan, kaum Yahudi secara internasional telah berdiaspora di berbagai tempat. Di Amerika Serikat (AS), kaum Yahudi mendapatkan tempat-tempat strategis di berbagai lini ekonomi, politik, dan kebudayaan.

Sebagian kaum Yahudi juga tampaknya memiliki perasaan rasialis, menganggap bahwa rasnya yang paling unggul. Dengan menganggap sebagai "makhluk terpilih" (*choosen people*), akhirnya mereka merasa bahwa ras lain, kelompok lain, harus dikuasai dan dikendalikan. Inilah yang menyebabkan lahirnya gerakan rasis lainnya dalam sejarah umat manusia, yang sering disebut dengan "zionisme". Gerakan zionisme menganggap kebenaran ras dan agamanya sebagai yang paling benar sehingga berusaha menjajah umat manusia di luarnya. Gerakan ini pada dasarnya larut dengan kepentingan ekonomi politik dunia sehingga gerakan ini bukan hanya gerakan rasialis, melainkan juga gerakan kelas borjuis internasional dalam mesin ekonomi kapitalisme yang menindas.

Gerakan zionisme memiliki ambisi untuk menguasai seluruh dunia dengan jaringan-jaringan yang bergerak di berbagai bidang seperti media massa, entertainment, spionase, dan juga penguasaan aset-aset global era ini. Menurut Garaudy (1988), gerakan ini serupa gerakan Apartheid di Afrika Selatan. Mereka amat sewenang-wenang terhadap orang-orang selain rasnya dan melaksanakan kebijakan dalam negeri secara diskriminatif dan rasis. Pada 10 November 1975, Majelis Umum PBB pernah menyetujui resolusi 3379 (xxx), yang antara lain berbunyi, "Zionisme adalah bentuk rasialisme dan diskriminasi rasial," meskipun pada 6 Desember 1991 Majelis Umum PBB mengadakan pemungutan suara untuk mencabut resolusi itu, 25 menentang, 13 abstain, dan 17 lainnya tidak hadir atau tidak mengambil bagian dalam pemungutan suara itu.

Meskipun demikian, kekuatan zionis dan kaum Yahudi yang sangat kuat di dunia membuat masalah perebutan wilayah dengan Palestina akan menjadi masalah konflik yang akan terus berlarut-larut dalam politik antar-bangsa.

3. Anti-Amerikanisme

Sejak terjadinya peristiwa 11 September 2001 (yang sering disebut peristiwa 'Black September') dan reaksi berlebihan dari pemerintahan Amerika Serikat (AS) dengan programnya "War On Terrors" (Perang Melawan Teror), perasaan dan sikap Anti-Amerika menjadi gejala yang meluas. Dalam hal tertentu, meningkatkan pula sentimen anti-Barat di kalangan masyarakat Timur (terutama sebagian komunitas muslim). Hal itu karena Goerge Bush sebagai presiden waktu itu melakukan tindakan brutal terhadap masyarakat Timur Tengah, membombardir Afganistan dan kemudian Irak. Anak-anak, ibu-ibu, dan masyarakat sipil tak berdosa menjadi korbannya.

Tak heran jika sentimen anti-Amerikanisme juga dipicu oleh sikap "anti-Bushisme". Sikap "anti-Bush" tidak hanya menonjol dalam masyarakat mayoritas Muslim seperti di Indonesia. Kita tahu, demo di Indonesia melibatkan tidak hanya kaum Muslim, tetapi juga kelompok non-Muslim atau sekuler. Bahkan, di beberapa negara Eropa, Amerika Latin, Australia, dan berbagai penjuru dunia lainnya—bahkan di AS sekalipun—sikap "anti-Bush"—untuk tidak menyebut sikap "anti-Amerika"—juga meningkat. Sikap tidak *favorable* terus meningkat karena kian tidak populernya Bush di Eropa, bahkan di negerinya.[168]

Jelas, sikap "anti-Bush" kuat di kalangan kaum Muslim dibandingkan dengan pemeluk agama lain. Hal ini dengan sederhana bisa dijelaskan: kaum Muslimin merasa Islam dan kaum Muslimin menjadi pihak paling dirugikan akibat kebijakan luar negeri Presiden

168. Azyumardi Azra, "Indonesia, Bush, dan 'Soft Power'", dalam *Kompas,* Selasa 21 November 2006.

Bush sejak dari "perang melawan teror" seusai 11 September 2001, penyerbuan AS dan sekutunya ke Afganistan dan Irak, hingga sikap tidak adil AS terhadap bangsa Palestina dalam konflik melawan Israel. Amerika dianggap sebagai negara yang terlalu banyak mencampuri urusan negara lain.

Menurut survei yang diberitakan oleh *Voice of America* (VOA), rasa anti-Amerika di dunia tetap tinggi. Nilai Amerika naik sedikit pada 2004, tetapi Amerika tetap tidak disukai di negara-negara yang diangket. Indonesia mencerminkan tren ini. Pada 2000, 75% responden di Indonesia menyukai Amerika. Setelah perang Irak mulai pada 2003, hanya 15 persen responden memiliki pendapat positif mengenai Amerika. Angka ini naik menjadi 38 persen setelah Amerika melakukan usaha bantuan tsunami di Aceh.[169]

Penggunaan istilah anti-Amerikanisme (*anti-Americanism*) telah muncul dalam katalog di tahun 1948, dan memasuki bahasa politik pada tahun 1950-an.[170] Istilah yang berkaitan adalah "amerikanisasi" (anti-Amerikanisme adalah bagian dari respons terhadapnya) telah dipakai di Prancis pada 1867.[171]

Status "isme" di dalamnya memang lebih berarti dekat dengan istilah propaganda. Pengamat dari AS yang cukup kritis, Noam Chomsky, memandang bahwa penggunaan istilah anti-Amerikanisme di AS berkaitan dengan metode yang digunakan oleh negara totalitarian atau diktator militer. Ia membandingkan istilah "anti-Sovietisme", label yang digunakan Kremlin untuk menekan ketidaksepakatan dan pemikiran kritis terhadap negerinya. Para pengamat lainnya juga melihat adanya berbagai macam anti-

169. "Rasa Anti Amerika Tetap Tinggi", dalam *http://www.voanews.com/indonesian/archive/2005-07/2005-07-11-voa13.cfm.*

170. Phillipe Roger, *The American Enemy: The History of French Anti-Americanism*, (Chicago: University of Chicago Press, 2005).

171. Barry Rubin. "Understanding Anti-Americanism", dalam *Foreign Policy Research Institute*, Agustus 2004.

Amerikanisme, secara khusus bagi negara dan periode waktu, lebih akurat lagi untuk menggambarkan gejala dibandingkan untuk membuat generalisasi yang meluas. Secara umum, anti-Amerikanisme mengacu pada berbagai macam gerakan, seperti gerakan anti-teknologi, sentimen anti-kapitalis, nasionalisme, xenopobhia, dan gerakan rasis. Artinya, ia meliputi gerakan yang bersifat ekonomi, politik, dan kebudayaan.

Di masa Perang Dingin, gerakan anti-Amerikanisme banyak dijumpai di negara-negara yang menjadi blok Uni Soviet. Indonesia juga pernah menjadi negara yang anti-Amerikanisme menguat, bahkan slogan yang dikumandangkan oleh Soekarno adalah "Amerika kita setrika, Inggris kita linggis". Amerika dianggap sebagai negara imperialis yang berusaha meluaskan penjajahan di negara-negara lain, terutama Asia, Afrika, dan Amerika Latin. Amerika dikritik karena telah mendukung dan membantu naiknya rezim-rezim sayap Kanan dan militeristik. Misalnya, menaikkan Soeharto dengan Orde Baru di Indonesia di tahun 1966. Juga, membantu penurunan presiden Kiri, Salvador Allende, di Chili yang menang secara demokratis melalui pemilu di awal 1970-an—dan menggantikannya dengan presiden militeristik Auguste Pinochet yang terkenal kejam.

Setelah Uni Soviet runtuh, negara-negara yang menentang hegemoni Amerika Serikat memang relatif berkurang meskipun masih ada negara seperti Iran yang selalu lantang terhadap AS dan bahkan menganggapnya sebagai "setan" atau "kafir". Menguatnya gerakan Islam di berbagai negara, terutama sejak usainya perang di Afganistan, anti-Amerikanisme kembali menguat. Tindakan militeristik yang dilakukan AS, seperti serangan terhadap Afganistan setelah peristiwa 11 September 2001 dan belakangan terhadap Irak, semakin menguatkan gerakan anti-Amerikanisme di dunia, termasuk Indonesia.

Banyak orang yang melihat ada apa di balik serangan-serangan tersebut. Serangan di Irak, misalnya, banyak yang meyakini bahwa

motivasi perang itu adalah minyak (*war for oil*); dan bahwa yang mendukung dan menggerakkan itu adalah kekuatan produksi modal untuk mengatasi krisis kelebihan produksi dan benih-benih kehancuran hubungan produksi kapitalis global. Perusahaan-perusahaan minyak dari AS, yang bersaing dengan Inggris, juga kenyataan "Gang Bush" yang merupakan pengusaha minyak, adalah faktor utama terjadinya gerak globalisasi yang terus berubah.[172]

Di kawasan Timur Tengah, sentimen anti-Amerika menguat di akhir abad ke-20 dan memasuki abad 21. Masyarakat di kawasan ini sering mengutuk kebijakan-kebijakan AS di kawasan ini, terutama dalam hubungan dekatnya dengan Israel. Istilah "setan besar", sebagaimana makian "Matilah Amerika", terus bergema di Iran sejak terjadinya Revolusi Iran pada 1979. Di ibu kota Iran, Teheran, banyak berbagai macam bentuk dan gambaran anti-Amerika yang bisa dijumpai dalam bentuk mural, poster, dan spanduk yang disponsori oleh pemerintah.

Pada 2002 dan 2004, Zogby International membuat poling tentang tingkat kesenangan/ketidaksenanangan masyarakat terhadap AS di Arab Saudi, Mesir, Yordania, Lebanon, Maroko, dan Uni Emirat Arab. Hasil survei tahun 2002 menunjukkan jika 76% warga Mesir memiliki sikap negatif terhadap AS dibandingkan 98% tahun ini. Di Maroko, 61% memandang AS secara negatif di tahun 2002, tetapi dalam 2 tahun, angkanya naik menjadi 88%. Di Arab Saudi, respons negatif naik dari 87% di tahun 2002 menjadi 94% pada bulan Juni. Sikap yang sama juga tidak berubah sama sekali di Lebanon. Akan tetapi, bertambah pula di Uni Emirat Arab, dari

172. Argumen ini didukung oleh data-data liputan media massa, baik dalam negeri maupun luar negeri. Penulis melihat dari, misalnya, John Pilger, "*The American Want Iraq's Oil*", dalam *Green Left* weekly, Desember 11, hlm. 15; "*Italy: 1 Million March Against Bush's War on Iraq*", dalam *Green Left weekly*, November 20, 2002, hlm. 12.

87% yang mengatakan bahwa pada 2002 mereka tidak menyukai AS menjadi 73% tahun ini.[173]

Sekarang ini, anti-Amerikanisme (*anti-americanism*) dalam kajian sosial telah mendapatkan perhatian besar dari para pengamat politik, mengingat gerakan menolak dominasi AS tersebar di mana-mana, bahkan di semua benua. Kekuatan mereka bukan hanya dari kelompok Islam, melainkan juga dari kelompok Kiri. Manifestasi formalnya barangkali dapat diwakili oleh Ahmadinejad di Iran di kubu Islam, dan Hugo Chavez (Venezuela), Castro (Kuba), Morales (Bolivia), serta (kemenangan) Daniel Ortega (Nikaragua) di kawasan Amerika Latin.

Gerakan anti-Amerika ini merupakan kajian yang menarik dan masih jarang dilakukan. Dalam kajian hubungan internasional ini, menunjukkan bahwa eksplanasi (penjelasan) yang menekankan pada interaksi antara politik domestik dan politik internasional tidak lagi didominasi oleh negara sebagai satu-satunya aktor rasional yang dianggap dapat menjelaskan bagaimana kepolitikan global berlangsung. Ada banyak aktor yang beragam termasuk perusahaan-perusahaan negara, perusahaan-perusahaan multinasional, organisasi publik internasional, serikat buruh, organisasi-organisasi non-pemerintah dan lembaga swadaya masyarakat, yayasan-yayasan pribadi, teroris dan gerakan bersenjata, dan lain sebagainya. Hubungan ekonomi-politik (*international political economy*) memberi peluang bagi setiap orang dan kelompok kepentingan untuk mendapatkan ruang-waktu yang sama.[174]

Harus diakui bahwa perlawanan bernuansa keagamaan (fundamentalisme) kian meningkat di berbagai negara. Sekarang

---

173. Dafna Linzer (23 Juli 2004). "Poll Shows Arab Rancor at US", dalam *http://www.washingtonpost.com/ac2/wp-dyn/A7080-2004Jul22?language=printer.*

174. Stephen Krasner, "*The Accomplishment of International Political-Economy*", dalam Steve Smith, at.al. (eds.), *International Theory: Positivism & Beyond*, (Cambridge: Cambridge University Press, 1996), hlm. 110.

ini banyak perlawanan yang bernuansa keagamaan dan menganggap pendekatan semacam itu adalah gerakan yang mampu menjawab permasalahan. Para aktivis gerakan ini tampaknya telah termakan oleh propaganda bahwa dominasi AS di dunia digerakkan oleh kepentingan agama dan budaya pula, bukannya oleh modal (sebuah kekuatan material yang konkret dan mudah dipahami cara kerjanya). Upaya menyembunyikan kepentingan sejati dari kekuatan yang berkuasa di AS ini telah disibak oleh Chomsky, yang melakukan studinya pada cara kerja media di AS yang tidak pernah mengungkap kebenaran sejati—sebagaimana penulis singgung di atas. Meskipun demikian, juga tak dapat dilupakan kerja-kerja propaganda kaum intelektual lain yang berupaya mengaburkan persoalan yang sama.

Ketika pada 2006 serangan Israel terhadap Palestina dan Lebanon yang didukung Amerika Serikat (AS) dilakukan secara membabi buta, tiga belas tahun sebelumnya Samuel Huntington mengajukan tesisnya tentang konflik peradaban. Usia ketiga belas tahun tesis "benturan peradaban" (*clash of civilization*) adalah tahun ketika sebuah peristiwa benturan dalam bentuk perang terbuka lahir. Akan tetapi, benarkah ini adalah perang atau konflik yang secara kualitatif dilandasi oleh sentimen peradaban, lebih khususnya keagamaan?

Dalam bukunya *The Clash of Civilation and The Remaking of World Order,* Huntington memang menyatakan bahwa musuh terbesar peradaban Barat pasca-Perang Dingin adalah Islam. Bahkan, Huntington tidak menyebut fundamentalisme sebagai ancaman, tetapi Islam, seperti yang ditulis dalam bukunya, "Problem yang mendasar bagi Barat bukanlah fundamentalisme Islam, (tetapi) adalah Islam (itu sendiri), sebagai sebuah peradaban yang penduduknya meyakini ketinggian kebudayaan mereka dan dihantui rendahnya kekuatan mereka."

Amerika memang mendapatkan banyak tantangan untuk menguasai dunia, bahkan sejak peristiwa "Black September", yang

disebut sebagai tanda awal kerapuhan kekuasaan AS di dunia. Tragedi 11 September 2001 telah menempatkan terorisme keagamaan sebagai isu besar dalam wacana sosial. Lepas dari apakah pelaku peledakan gedung WTC (*World Trade Center*) adalah mereka yang mengatasnamakan agama atau bukan, yang jelas kekerasan dan teror atas nama agama memang dapat dilihat gejala-gejalanya pada kehidupan sosial-politik akhir-akhir ini.

Tesis itu bahkan secara praktis juga ditegaskan oleh Goerge Bush pada setelah terjadi peledakan gedung kembar WTC 11 September 2001. Waktu itu, secara resmi Presiden Bush memproklamasikan Perang Salib (*crusade*). Pernyataan Bush itu dilansir oleh BBC secara *online* pada 16 September 2001. Ia mengatakan, "*This crusade, this war on terrorism, is going to take a long time.*" Hal ini berarti secara dini ia menyimpulkan tindakan penghancuran WTC dilakukan oleh orang-orang Islam. Dalam sejarah, istilah *crusade* digunakan dalam konteks peperangan antara tentara/pasukan Salib Kristen melawan pasukan kaum Muslim. Kata *crusade* yang dinyatakan Bush sempat diralat oleh Menteri Pertahanan AS.

Sayangnya, masih banyak orang yang masih memakai prasangka peradaban atau jelasnya sentimen rasial dalam memandang perang yang kalau kita lihat secara resmi dimulai oleh pihak AS untuk menyerang Afganistan dan Irak, dan untuk konflik Timur Tengah saat ini oleh Israel yang didukung AS. Sentimen agama dan budaya pun berkobar meluas dan seakan yang menjadi kontradiksi yang sebenarnya dalam konflik yang ada. Sentimen terhadap Barat dan gerakan anti-Amerika pun meluas. Di Iran orang sering berteriak "*Marg bar amrika!*" (kematian bagi Amerika).

Sebuah pandangan yang sangat sempit dan memperkeruh persoalan dengan menganggap konflik Palestina-Israel sebagai perang Islam melawan zionisme (Yahudi). Sebuah kekeliruan jika memukul rata zionisme sebagai ideologi orang-orang Yahudi, setelah sejarah

menyatakan bahwa zionisme ini tidak serta-merta lahir dan didukung oleh seluruh orang-orang Yahudi.

Tentu saja kita tidak akan pernah mendukung zionisme dan syariah Islam sekalipun yang mendukung eksploitasi manusia terhadap manusia lainnya. Faktanya bukan hanya orang Islam yang mengutuk serangan Israel. Protes ribuan orang Yahudi AS yang turun ke jalan menentang serangan Israel dan misil-misil pembunuh AS ke Palestina. Peristiwa-peristiwa terdahulu juga menunjukkan jika puluhan ribu kaum buruh Israel bersolidaritas menolak agresi militer terhadap rakyat Palestina sepanjang 2001 dan 2002. Bangsa Yahudi bukan musuh Islam, demikian sebaliknya. Oleh karena itu, penting meletakkan persoalan Israel-Palestina sebagai konflik akibat kebrutalan sistem kapitalisme, ekses-ekses fasisme, dan praktik rasialisme (pendirian sebuah negara Israel dengan Theodor Hertzl sebagai penggagasnya tidak pernah menolak ide-ide kapitalisme dan rasialisme).

Negara Israel berdiri sebagai representasi kepentingan imperialisme di Timur Tengah, terutama minyak. Amerika Serikat dan Inggris adalah negeri yang secara historis menopang ekonomi kapitalis Israel, serta berkepentingan memelihara kontrolnya di Timur Tengah. Sejak 1946—1996, tak kurang $62,5 miliar bantuan AS terhadap Israel (jauh lebih besar dari bantuan negara itu terhadap sebagian negara-negara Afrika, Amerika Latin, dan Karibia). Lima puluh persen sumber minyak Timur Tengah sudah dimiliki AS, dan sisanya "dibagi-bagi" untuk Inggris, Prancis, dan Belanda.

Penjajahan ekonomi (imperialisme) nyata-nyata terjadi di Timur Tengah, "wabilkhusus" Palestina. Inilah yang menyebabkan kemiskinan yang brutal di Palestina. Pengangguran hingga 30%, sementara sisanya dipaksa bekerja dengan upah sangat murah bagi industri-industri negeri penjajahnya, Israel. Ketika Israel semakin jaya, ia pun semakin buas dan wilayahnya semakin meluas, hingga Palestina dibuat semakin miskin, terhimpit, dan menyempit dari hari ke hari.

Serangan Israel ke Palestina dan Lebanon tahun 2006 akhirnya semakin memperjelas watak kekuatan politik militer yang senantiasa harus memenuhi tuntutan untuk merebut kekuasaan atas nama akumulasi modal. Amerika Serikat (AS) berada di belakang semua ini. Sebagai negeri imperialis utama, nafsu untuk mencengkeramkan kuku kekuasaan melalui perang ini adalah ambisi yang harus diwujudkan. Jika taktik yang direncanakan dalam skenario konflik ini gagal, hal itu akan sangat menentukan keberlangsungan imperialisme (penjajahan) AS di wilayah strategis ini (Timur Tengah).

Kegagalan demi kegagalan telah dialami oleh AS untuk mencaplok wilayah yang kaya minyak ini. Perang Irak dan penurunan Saddam Hussein untuk memenuhi tujuannya mengalami hambatan karena berlanjutnya perlawanan di wilayah ini. Tantangan lantang dari negara-negara Amerika Latin, seperti yang nyaring disuarakan Venezuela, Bolivia, dan Kuba, juga menjadi hambatan benua lain. Kian hari, wajah AS harus menoleh ke kanan dan kiri, ternyata perlawanan terhadap globalisasi-imperialistik semakin membesar. Serangan Israel yang dikutuk banyak komunitas internasional sekarang ini juga akan mewarnai kepolitikan global di masa mendatang.

4. Tesis "Clash of Civilization"

Pengakuan bahwa percaturan politik masa depan masih akan didominasi oleh benturan antar-budaya atau peradaban, salah satunya dilontarkan melalui tesis yang terkenal sebagai "benturan peradaban" (*clash of civilization*). Dalam bukunya yang berjudul *The Clash of Civilization* (1993), Huntington meramalkan bahwa sejarah dunia ke depan akan diwarnai dengan berbagai macam konflik yang berdasar pada peradaban atau kebudayaan. Barat dengan berbagai entitas budaya, juga Timur dengan berbagai macam entitas yang beragam, akan mewarnai interaksi global, baik kerja sama maupun konflik dan permusuhan. Huntington tampaknya melihat fakta terjadinya berbagai macam konflik dan kekerasan rasial dari berbagai

macam ekspresi budaya, keagamaan, dan suku yang terjadi di berbagai belahan dunia. Konflik Yahudi (Israel) dan Islam (Palestina dan negara lain), misalnya, terjadi sepanjang sejarah, belum berbagai macam konflik rasialis dan budaya yang terjadi di tempat-tempat lainnya (Balkan, Asia, Afrika, dan lain sebagainya). Pada 1993 dalam sebuah artikel, Menteri Luar Negeri Huntington menulis, "Hipotesis saya adalah bahwa sumber-sumber konflik fundamental terjadinya konflik di dunia baru bukanlah semata-mata masalah ideologis atau karena masalah ekonomi semata. Pembagian di antara umat manusia dan sumber yang akan mendominasi konflik bersifat kultural. Negara memang akan tetap menjadi aktor utama dalam politik dunia, tetapi konflik mendasar dari politik global akan terjadi antara Negara dan kelompok yang peradabannya berbeda. Benturan peradaban akan mendominasi politik global. Garis yang salah antara peradaban akan menjadi garis pertempuran di masa depan."[175]

Menurut Huntington, tiga hal pokok yang menyebabkan terjadinya benturan antar-peradaban, antara lain hegemoni/arogansi Barat, intoleransi Islam, dan fanatisme konfusianisme. Lebih lanjut, Hungtington menyebutnya sedikitnya ada enam alasan mengapa terjadi perang antarperadaban di masa depan, yaitu:

- Perbedaan antar-peradaban tidak hanya riil, tetapi juga mendasar, peradaban terdiferensiasi oleh sejarah, bahasa, budaya, tradisi, dan yang lebih penting lagi, agama;
- Dunia sekarang sehingga antara orang yang berbeda peradaban semakin meningkat;
- Proses modernisasi ekonomi dan perubahan dunia membuat orang atau masyarakat tercerabut dari identitas lokal mereka yang sudah berakar dalam, di samping memperlemah negara-bangsa sebagai sumber identitas mereka;

175. "*The Clash of Civilization? Foreign Affairs*", Summer 1993, atau lihat di *http://www.hks.harvard.edu/fs/pnorris/Acrobat/Huntington_Clash.pdf*.

- Tumbuhnya kesadaran peradaban dimungkinkan karena peran ganda Barat. Di satu sisi, Barat berada di puncak kekuatan, namun di sisi lain, peradaban-peradaban non-Barat telah kembali ke fenomena asalnya;
- Karakteristik dan perbedaan budaya kurang bisa menyatu dan karena itu bisa berkompromi dibandingkan karakteristik dan perbedaan politik dan ekonomi; dan
- Regionalisme ekonomi semakin meningkat dengan penekanan pada aspek agama yang menjadi ruh peradaban.

Ia mengidentifikasi 7 dari 8 peradaban utama: India, China, Asia, Islam, Barat, dan sebagainya. Huntington menekankan bahwa bukannya menyatu ke arah universalisme global, kesadaran manusia dalam peradaban-peradaban ini meningkat dalam sekat-sekatnya: orang makin menyadari perbedaan-perbedaan kultural, agama, dan peradaban mereka masing-masing.

Istilah "peradaban" dan "kebudayaan" (budaya) memang sering digunakan dalam pengertian yang sama meskipun makna peradaban lebih luas daripada budaya (kebudayaan). Peradaban berbagai arti dalam kaitannya dengan masyarakat manusia, yang biasanya merujuk pada suatu masyarakat yang "kompleks": dicirikan oleh praktik dalam pertanian, hasil karya dan pemukiman, berbanding dengan budaya lain, anggota-anggota sebuah peradaban akan disusun dalam beragam pembagian kerja yang rumit dalam struktur hierarki sosial.

Istilah "peradaban" sering digunakan sebagai persamaan yang lebih luas dari istilah "budaya" yang populer dalam kalangan akademis.[176] Akan tetapi, dalam pengertian yang paling banyak digunakan, peradaban adalah istilah deskriptif yang relatif dan kompleks untuk pertanian dan budaya kota. Peradaban dapat dibedakan dari budaya lain oleh kompleksitas dan organisasi sosial dan beragam kegiatan

176. "Civilisation", dalam *Encyclopaedia Britannica* 15th ed. Vol. II, Encyclopaedia Britannica, Inc., 1974, hlm. 956.

ekonomi dan budaya. Akan tetapi, dalam sebuah pemahaman lama, masih sering dipergunakan. Istilah "peradaban" dapat digunakan sebagai suatu yang bersifat normatif, baik dalam konteks sosial yang rumit dan budaya kota yang dianggap unggul. Konsep "peradaban" digunakan sebagai sinonim untuk istilah "budaya".

Peradaban bisa terdiri dari negara-negara dan kelompok-kelompok sosial, seperti minoritas etnisitas dan keagamaan. Agama-agama utama menjadi kriteria utama klasifikasi tersebut, tapi dalam beberapa kasus kedekatan geografis dan kemiripan bahasa juga merupakan hal yang penting. Dengan menggunakan berbagai macam studi sejarah, Huntington membagi dunia ke dalam beberapa peradaban "utama", antara lain:

- Peradaban Barat (*Western civilization*), yang berpusat di Australia, Amerika Utara, dan Eropa (termasuk keyakinan Eropa Timur dan Tenggara, tetapi termasuk Eropa Tengah dan Timur yang Katolik). Huntington juga memasukkan Oceania. Masuk tidaknya Amerika Latin dan negara-negara bekas wilayah Uni Soviet di dalamnya, ataukah mereka akan membentuk peradabannya sendiri yang terpisah, akan menentukan masa depan di kawasan tersebut;
- Amerika Latin, termasuk Amerika Tengah (kecuali Belize), Amerika Selatan (kecuali Guyana), Kuba, Republik Dominika, dan Meksiko. Mereka bisa jadi dianggap sebagai bagian dari peradaban Barat walaupun memiliki struktur sosial dan politik yang amat berbeda dengan Eropa dan Amerika Utara. Banyak orang kawasan Selatan yang menganggap dirinya sebagai anggota penuh dari peradaban Barat;
- Kawasan ortodoks bekas wilayah Uni Soviet (kecuali kebanyakan negara-negara Asia Tengah dan Azerbaijan, bekas Yugoslavia (kecuali Slovenia dan Kroasia), Bulgaria, Cyprus, dan Rumania;
- Dunia Timur yang merupakan percampuran antara Buddha, Hindu, dan peradaban Jepang;

- Wilayah Buddha, seperti Bhutan, Kamboja, Laos, Mongolia, Myanmar, Sri Lanka, dan Thailand diidentifikasi sebagai peradaban lainnya yang terpisah, tetapi Huntington percaya bahwa mereka tidak membentuk peradaban utama dalam kaitannya dengan politik luar negeri;
- Peradaban China, Korea, Singapura, Taiwan, dan Vietnam. Kelompok ini juga termasuk China yang berdiaspora, khususnya di kawasan Asia Tenggara;
- Peradaban Hindu, yang terletak utamanya di India, Bhutan, dan Nepal, secara kultural mengikuti India yang berdiaspora secara global;
- Jepang menganggap hibridasi peradaban China dan pola-pola altaik yang tua;
- Dunia Muslim di kawasan Timur Tengah utama (kecuali Armenia, Cyprus, Ethiopia, Georgia, Yunani, Israel, Kazakhstan, Malta, dan Sudan), Afrika Selatan bagian utara, Albania, Bangladesh, Brunei, Comoros, Indonesia, Malaysia, Pakistan, dan Maldova.
- Peradaban di Afrika sub-Sahara yang letaknya di Afrika Utara, Afrika Tengah (kecuali Chad), Afrika Timur (termasuk Tanduk Afrika, Comoros, Kenya, Mauritius, dan Tanzania), Cape Verde, Cote d'Ivoire, Ghana, Liberia, dan Sierra Leone;
- Ethiopia dan Haiti dilabeli sebagai negara "sepi". Israel bisa dianggap sebagai negara yang unik yang memiliki peradabannya sendiri. Huntington juga percaya bahwa "Anglophone Caribbean", negara-negara Karibia mantan koloni Inggris, membentuk entitas yang berbeda;
- Ada juga negara-negara yang dianggap "negara-negara terbelah" karena negara tersebut dihuni oleh kelompok masyarakat yang memiliki peradaban yang saling memisahkan diri. Misalnya, India (terbelah antara mayoritas Hindu dan minoritas Muslim), Ukraina (terbelah antara Katolik gaya Timur—yang didominasi

oleh gaya Barat dan bagian Timur yang Ortodoks), Prancis (terbelah antara Afrika sub Sahara, dalam kasus Guyana Perancis; dan bagian Barat), Benin, Chad, Kenya, Nigeria, Sudan, Tanzania, dan Togo (yang semua terbelah antara Islam dan sub-Sahara Afrika), China (terbelah antara Sinik, Buddha, dalam kasus Tibet; dan Barat, dalam hal ini Hongkong dan Makao), dan Filipina (terbelah antara Islam, dalam hal ini Mindanao; Sinik, dan Barat).

Tesis Huntington bukan hanya mengagetkan, melainkan juga justru membuat banyak ahli menyadari betapa pentingnya komunikasi dan dialog antar-peradaban yang berbeda. Kemudian, muncul teori "Dialog Antar-Peradaban" (*Dialogue Among Civilizations*) untuk merespons tesis Huntington yang menjadi perhatian dunia itu. Konsep tersebut diperkenalkan oleh mantan presiden Iran Mohammad Khatami. Salah satunya menjadi dasar bagi resolusi PBB untuk menamakan tahun 2001 sebagai "Tahun Dialog Antar-Peradaban".

Inisiatif Aliansi Peradaban atau Alliance of Civilization (AOC) diusulkan dalam Majelis Umum PBB ke-59 pada 2005 oleh presiden pemerintah Spanyol, Jose Luis Rodriguez Zaparato yang juga disponsori oleh Perdana Menteri Turki Recep Tayyip Erdogan. Inisiatif tersebut dimaksudkan mendorong tindakan kolektif lintas masyarakat yang berbeda untuk melawan ekstremisme, untuk mengatasi hambatan-hambatan sosial dan budaya antara Barat dan dunia Muslim, untuk mengurangi ketegangan dan polarisasi antara masyarakat yang memiliki agama dan nilai-nilai budaya yang berbeda.

B. Komunikasi Antar-budaya dan Dinamika Hubungan Antar-manusia

Komunikasi antar-budaya (KAB) adalah komunikasi yang terjadi di antara orang-orang yang memiliki kebudayaan yang berbeda (bisa beda ras, etnis, atau sosioekonomi, atau gabungan dari semua perbedaan ini). Komunikasi antarbudaya terjadi bila produsen pesan adalah anggota suatu budaya dan penerima pesannya adalah anggota suatu budaya lainnya.

Sebelum kita memahami arti dan pola-pola komunikasi antar-budaya, kita harus memahami dulu apa yang dimaksud budaya atau kebudayaan. Bagaimana kebudayaan membentuk pikiran dan tingkah laku manusia atau sebaliknya, serta bagaimana pola perubahan kebudayaan, merupakan gambaran yang akan membuat kita mengetahui bagaimanakah interaksi dan komunikasi antar-budaya dalam masyarakat.

Kebudayaan sering diistilahkan sebagai kesenian, padahal arti sebenarnya jauh melampaui hal itu. Mungkin karena ketika berbicara tentang budaya, yang ada dalam pikiran kita adalah pergaulan manusia yang indah, mengingat manusia itu berbeda dengan binatang karena sering mengungkapkan diri dengan simbol-simbol. Ungkapan melalui simbol-simbol inilah yang biasanya identik dengan kesenian.

Jika kebanyakan binatang mengungkapkan diri secara langsung untuk memenuhi nalurinya tanpa *tedeng aling-aling*, manusia mengungkapkan melalui bahasa. Ungkapan melalui bahasa ini kadang juga tidak menjelaskan secara langsung apa keinginan dan ketidakinginan atau kekecewaannya, tetapi dilambangkan dengan kata-kata, gerak, warna, bentuk, dan lain sebagainya. Ketika seorang jatuh cinta, karena merasa malu untuk mengungkapkannya, kata-kata dalam puisi pun menjadi wakil keinginan terdalamnya. Jadi, budaya dalam hal ini identik dengan aktivitas atau produk yang

menghubungkan manusia (yang mempunyai keinginan, pikiran, dan perasaan) dengan realitas di luarnya (manusia lain dan alam).

Tak mengherankan jika sosiolog besar Indonesia, Selo Soemardjan,[177] mengatakan bahwa kebudayaan masyarakat pada pokoknya berfungsi menghubungkan manusia dengan alam sekitarnya dan dengan masyarakat tempat manusia itu menjadi warga. Dengan teknologi yang dimiliki oleh masyarakat, manusia dapat menyesuaikan diri dengan alam itu dan bakal memanfaatkannya untuk memenuhi keperluan hidup. Sedangkan, kesenian adalah tidak lain dari unsur kebudayaan yang bersumber pada rasa, terutama rasa keindahan yang ada pada manusia. Rasa keindaan ini dapat disentuh lewat pancaindra, yaitu lewat penglihatan mata, pendengaran telinga, penciuman hidung, perasaan lidah, dan perasaan pucuk jari-jari. Rasa keindahan merupakan rasa halus dalam jiwa manusia dan memberikan kemampuan pada kita untuk menangkap, meresapkan dalam hati sebagai pusat perasaan, dan kemudian menyentuhkan pada jiwa segala impuls yang datang dari sekitar manusia, semuanya telah tersaring menurut keindahannya.

Apabila ada orang yang tersentuh rasa halusnya karena kehadiran keindahan di sekelilingnya, sudah barang tentu akan membuat orang itu bereaksi. Reaksi itu dapat berupa penghargaan yang dalam, baik dalam makna mengapresiasi realitas yang dilihatnya ataupun dalam bentuk bereaksi dalam hal membawa dirinya untuk bertindak dan berkreasi dalam menghadapi apa yang dilihatnya. Jika tingkat apresiasi dan kreasi orang menjadi tinggi, artinya ia peka terhadap lingkungannya. Maka, semakin besar tenaga yang dimilikinya untuk berbuat hal-hal yang positif berdasarkan kepekaan dan potensi estetis yang dimiliki.

177. Selo Soemardjan, "Kesenian dalam Perubahan Masyarakat", dalam Andy Zoeltom (ed.), *Budaya Sastra*, (Jakarta: CV. Rajawali, 1984), hlm. 5.

Reaksi untuk mengapresiasi yang biasanya ada pada jiwa para penggemar seni dan budaya dinamakan reaksi laten, reaksi yang sering dimiliki oleh orang-orang atau anggota masyarakat yang jiwanya peka dan rasa estetisnya besar. Sedangkan, reaksi yang membuat orang mencipta dan merespons keadaan dengan kepekaan dan potensi estetisnya dengan mencipta dan bertindak disebut sebagai reaksi kreatif. Kedua potensi estetis ini akan menambah semangat massa rakyat untuk memahami kontradiksi sebenarnya dan mereka akan terlibat aktif dalam segala persoalan yang mereka hadapi.

1. Definisi-Definisi

Istilah "kebudayaan" atau "budaya" adalah kata yang sering dikaitkan dengan Antropologi. Akan tetapi, tentu saja Antropologi tidak mempunyai hak eksklusif untuk menggunakan istilah ini. Sosiologi juga menggunakan dan mengkaji masalah kebudayaan karena kebudayaan tidak lepas dari hubungan antara sesama manusia dalam masyarakat. Mengabaikan kajian kebudayaan tentu akan membuat Sosiologi sebagai ilmu yang mempelajari masyarakat menjadi hambar dan kehilangan nuansa dinamisnya.

Namun, harus diakui bahwa Antropologi-lah yang sering menggunakan istilah ini, dan secara luas mengkaji secara mendalam dan detail dinamika kebudayaan manusia, terutama sejarah kebudyaan dan kebudayaan masyarakat-masyarakat kuno dan terpencil. Sementara itu, sosiologi mempelajari kebudayaan dari sudut pandang dinamika hubungan antara manusia dan kelompok, serta interaksi kelompok dengan kelompok lain melalui budayanya. Sosiologi juga memberikan banyak kajian tentang bagaimana interaksi sosial dalam masyarakat melahirkan suatu pola kebudayaan, bagaimana lembaga-lembaga masyarakat memiliki kebudayaan-kebudayan tertentu dan bagaimana ketika antar-kelompok sosial yang berbeda secara budaya itu berinteraksi.

Konsep kebudayaan memang sangat sering digunakan oleh Antropologi dan telah tersebar ke masyarakat luas bahwa Antropologi bekerja atau meneliti apa yang sering disebut dengan "kebudayaan". Seorang antropolog yang mencoba mengumpulkan definisi yang pernah dibuat mengatakan ada sekitar 160 definisi kebudayaan yang dibuat oleh para ahli Antropologi.

Akan tetapi, dari sekian banyak definisi tersebut ada suatu persetujuan bersama di antara para ahli Antropologi tentang arti dari istilah tersebut.

Salah satu definisi kebudayaan dalam Antropologi dibuat seorang ahli bernama Ralph Linton. Ia memberikan definisi kebudayaan yang berbeda dengan pengertian kebudayaan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam bukunya yang berjudul *The Cultural Background of Personality*, ia mengatakan:[178]

> " Kebudayaan adalah seluruh cara kehidupan dari masyarakat yang manapun dan tidak mengenai sebagian dari cara hidup itu yaitu bagian yang oleh masyarakat dianggap lebih tinggi atau lebih diinginkan. Dalam arti cara hidup itu masyarakat kalau kebudayaan diterapkan pada cara hidup kita sendiri, maka tidak ada sangkut pautnya dengan main piano atau membaca karya sastra terkenal. Untuk seorang ahli ilmu sosial, kegiatan seperti main piano itu, merupakan elemen-elemen belaka dalam keseluruhan kebudayaan kita. Keseluruhan ini mencakup kegiatan-kegiatan duniawi seperti mencuci piring atau menyetir mobil dan untuk tujuan mempelajari kebudayaan, hal ini sama derajatnya dengan 'hal-hal yang lebih halus dalam kehidupan'. Karena itu, bagi seorang ahli ilmu sosial tidak ada masyarakat atau perorangan yang tidak berkebudayaan. Tiap masyarakat mempunyai kebudayaan, bagaimanapun sederhananya kebudayaan itu dan setiap manusia adalah makhluk berbudaya, dalam arti mengambil bagian dalam suatu kebudayaan."

Sementara itu, di Indonesia, definisi yang paling terkenal mengenai kebudayaan adalah definisi yang diberikan oleh Selo

178. Ihromi, 1994, hlm. 18.

Soemardjan dan Soelaeman Soemardi[179] yang merumuskan kebudayaan sebagai semua hasil karya, rasa, dan cipta masyarakat. Semua karya, rasa, dan cipta dikuasai oleh karsa dari orang-orang yang menentukan kegunaannya agar sesuai dengan kepentingan sebagian besar atau dengan seluruh masyarakat.

Ada aspek material kebudayaan dan ada aspek non-material (spiritual/ruhaniah) juga. Aspek material, misalnya, kebudayaan disangga oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang memunculkan capaian teknis yang membantu memudahkan hidup manusia. Dalam hal ini, kebudayaan identik dengan capaian materi-materi yang terdiri dari barang-barang dan hasil karya di bidang IPTEK dan kesenian.

Sedangkan, yang dimaksud aspek ruhaniah budaya adalah rasa yang meliputi jiwa manusia, mewujudkan segala kaidah-kaidah dan nilai-nilai kemasyarakatan yang perlu untuk mengatur hubungan-hubungan sosial dalam arti luas. Yang termasuk di dalamnya antara lain: agama, ideologi, kebatinan, kesenian, dan semua unsur yang merupakan hasil ekspresi jiwa manusia.

2. Sifat dan Hakikat Kebudayaan

Sifat-sifat kebudayaan yang dapat kita lihat dan rasakan dalam kehidupan sehari-hari, antara lain:

a. Kebudayaan Diperoleh dari Belajar
   Kebudayaan manusia tidak diturunkan secara biologis atau genetis, tetapi melalui sosialisasi dan internalisasi yang diperoleh akibat bergaul dan berinteraksi dengan manusia lain dalam suatu kelompok. Artinya, perilaku manusia lebih banyak digerakan

179. Selo Soemardjan dan Soelaeman Soemardi (eds.), *Setangkai Bunga Sosiologi*, (Jakarta: Yayasan Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1964), hlm. 78.

oleh kebudayaan dibandingkan perilaku makhluk lain yang tingkah lakunya digerakkan oleh naluri (insting).

Kepuasan seksual adalah kebutuhan dasar yang harus dipenuhi sebagaimana semua makhluk memiliki kebutuhan ini. Hewan akan melampiaskan kebutuhan ini begitu kebutuhan seksnya sudah matang, dilakukan begitu saja ketika menemukan pasangan. Sedangkan, dalam makhluk yang berbudaya, seperti manusia, untuk memenuhi kebutuhan seks harus dilakukan pendekatan-pendekatan, tidak bisa dilakukan di sembarang tempat, juga kebanyakan harus dilakukan menurut kebudayaan dan adat, misalnya hanya boleh dilakukan setelah menikah.

b. Kebudayaan Milik Bersama
Dikatakan kebudayaan karena hal itu adalah milik bersama para anggotanya. Semua anggota harus mematuhinya dan mengikutinya karena diikat oleh konvensi, nilai-nilai, norma, bahkan aturan. Suatu kelompok mempunyai kebudayaan jika para warganya memiliki sejumlah pola-pola berpikir dan berkelakuan yang sama yang didapat melalui proses belajar secara bersama-sama.

Sebagaimana contoh di atas, pernikahan disebut sebagai bagian dari budaya manusia karena dia dijalani oleh umat manusia. Memang ada orang yang melakukan hubungan seks tanpa pernikahan, tetapi umumnya masih dianggap menyimpang. Mengapa demikian? Seks pra-marital (sebelum nikah) atau ekstra-marital (di luar nikah) masih dianggap "haram", apalagi dalam budaya yang masih tradisional dan menjunjung agama secara kuat.

c. Kebudayaan sebagai Pola
Pola-pola seperti pola tingkah laku dan lain sebagainya terjadi karena dalam kebudayaan ada nilai atau batasan-batasan yang

mengatur cara hidup dan tingkah laku masyarakat. Pola yang ideal adalah apa yang secara nilai diakui bersama oleh para anggotanya. Pola-pola inilah yang sering disebut dengan norma-norma.

Tidak diikutinya pola-pola ini berarti dikatakan bahwa budaya sedang dilanggar atau tidak dipatuhi. Siapa yang mengganggu pola ini biasanya akan dianggap menyimpang. Akan tetapi, bukan berarti budaya membatasi anggotanya secara kaku. Bentuk hukuman akan tergantung pada tingkat pola bagaimana dan jenis kebudayaan apa yang dilanggar. Namun yang jelas, terganggunya pola yang ada berarti akan terjadi gangguan dalam interaksi sosial.

Misalnya, ketika kita belanja di pasar tradisional di sebuah wilayah Indonesia, tetapi kita gunakan bahasa Jepang. Jelas ini tak akan membuat proses transaksi berjalan karena bahasa yang kita gunakan tidak akan dipahami.

d. Kebudayaan Bersifat Dinamis dan Adaptif
Kebudayaan akan bersifat bisa berubah, baik secara pelan maupun cepat, tergantung pada perubahan material yang dihadapi dan menjadi penyangga hubungan di antara sesama manusia. Misalnya, contoh di atas tadi: budaya pernikahan (melakukan hubungan seks sebelum nikah) ternyata kian hari kian banyak yang tidak mengikutinya. Ini karena seks adalah kebutuhan pokok, sedangkan nilai-nilai yang mengatur bahwa seks harus dilakukan setelah menikah (dalam agama) mulai tergerus oleh majunya pengetahuan dan teknologi. Jadi, dalam hal ini teknologi dan fasilitas yang membuat orang meningkatkan pengetahuan dan cara berpikir merupakan basis material.

Seks bebas merupakan fenomena yang kian menggejala di tengah-tengah zaman ketika teknologi informasi dan komunikasi kian tak terbendung. Jadi, itulah yang disebut bahwa kebudayaan bersifat adaptif, yaitu bahwa kebudayaan akan menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman, terutama perkembangan pada wilayah material (IPTEK).

Adaptasi terhadap wilayah material memang merupakan watak kebudayaan paling utama. Cara pandang masyarakat yang paling besar diubah besar-besaran oleh munculnya pengetahuan dan teknologi ini. Alasan budaya Barat mengekspansi budaya Timur dan budaya Timur harus menyesuaikan diri dengan Barat, tentunya karena budaya Barat datang dengan ilmu pengetahuan dan teknologi.

3. Gerak dan Perubahan Budaya

Perubahan budaya disebabkan oleh banyak faktor. Biasanya, dalam suatu masyarakat, ada dua kekuatan yang akan memersepsi perubahan kebudayaan. Pertama adalah kelompok yang menginginkan dan sangat terbuka menerima perubahan kebudayaan; kedua adalah kelompok yang sangat konservatif, yang mempertahankan budaya lama dan tidak ingin budayanya berubah atau bahkan bersifat reaktif terhadap kebudayaan baru.

Faktor-faktor yang memengaruhi perubahan kebudayaan, antara lain:

1. *Discovery* dan *Invention*
   Discovery dan *invention* biasanya disebut suatu penemuan baru. Ia dapat dikatakan sebagai pangkal tolak dalam studi mengenai pertumbuhan dan perubahan kebudayaan karena hanya dengan proses inilah unsur yang baru dapat ditambahkan kepada keseluruhan kebudayaan manusia. *Discovery* adalah penambahan

pada pengetahuan, sedangkan *invention* adalah penerapan yang baru dari pengetahuan.

Sebagaimana kita bahas di atas, penemuan baru di bidang IPTEK telah mengubah kebudayaan manusia secara besar-besaran. Revolusi Industri di Barat merupakan sebuah contoh yang luar biasa bagaimana berkembangnya IPTEK. Cara pandang, filsafat, watak, kesadaran, dan bahkan lembaga kebudayaan politik disapu oleh revolusi ekonomi yang juga berimbas pada revolusi politik dan kebudayaan.

Ada dua bentuk *invention*:

- *Basic invention*: suatu peristiwa yang meliputi pemakaian prinsip baru atau kombinasi dari prinsip baru. *Basic* di sini mempunyai arti, bahwa ia membuka kemungkinan akan adanya kemajuan dan menjadi dasar dari berbagai invention.
- *Improving invention*: berfungsi untuk memperbaiki dan mengembangkan penemuan yang telah ada supaya lebih baik dan lebih berguna.

2. Difusi Kebudayaan

   Difusi kebudayaan adalah proses penyebaran unsur kebudayaan dari satu individu ke individu lain, dan dari satu masyarakat ke masyarakat lain. Penyebaran dari individu ke individu lain dalam batas satu masyarakat disebut "difusi intra-masyarakat". Sedangkan, penyebaran dari masyarakat ke masyarakat disebut "difusi intermasyarakat". Difusi mengandung tiga proses yang dibeda-bedakan:

   - Proses penyajian unsur baru kepada suatu masyarakat;
   - Penerimaan unsur baru; dan
   - Proses integrasi.

3. Akulturasi

Akulturasi meliputi fenomena yang timbul sebagai hasil jika kelompok-kelompok manusia yang mempunyai kebudayaan yang berbeda-beda bertemu dan mengadakan kontak secara langsung dan terus-menerus, yang kemudian menimbulkan perubahan dalam pola kebudayaan yang original dari salah satu kelompok atau pada keduanya.

Akulturasi juga dipahami sebagai proses ketika masyarakat yang berbeda-beda kebudayaannya mengalami perubahan oleh kontak yang lama dan langsung, tetapi dengan tidak sampai kepada percampuran yang komplet dan bulat dari dua kebudayaan itu.

Menurut Dr. Koentjaraningrat,[180] akulturasi adalah proses yang timbul bila suatu kelompok manusia dengan suatu kebudayaan tertentu dihadapkan dengan unsur dari suatu kebudayaan asing yang berbeda sedemikian rupa sehingga unsur kebudayaan asing itu lambat laun diterima dan diolah ke dalam kebudayaa sendiri tanpa menyebabkan hilangnya kepribadian kebudayaan sendiri.

Bentuk-bentuk kontak kebudayaan yang dapat menimbulkan proses akulturasi:

- Kontak dapat terjadi antara seluruh masyarakat, atau antar-bagian saja dalam masyarakat, atau dapat pula terjadi antar-individu dari dua kelompok;
- Antara golongan yang bersahabat dan golongan yang bermusuhan;
- Antara masyarakat yang menguasai dan masyarakat yang dikuasai;

180. Koentjaraningrat, *Manusia dan Kebudayaan di Indonesia*, (Jakarta: Penerbit Djambatan, 1971), hlm. 149.

- Antara masyarakat yang sama besarnya atau antar-masyarakat yang berbeda besarnya; dan
- Antara aspek-aspek yang material dan yang non-material kebudayaan yang sederhana dengan kebudayaan yang kompleks, dan antar-kebudayaan yang kompleks dengan yang kompleks pula.

3. Asimilasi

   Asimilasi adalah satu proses sosial yang telah lanjut dan yang ditandai oleh makin kurangnya perbedaan antara individu-individu dan antara kelompok-kelompok, dan makin eratnya persatuan aksi, sikap, dan proses mental yang berhubungan dengan dengan kepentingan dan tujuan yang sama.

   Faktor-faktor yang memudahkan asimilasi, antara lain:
   - Faktor toleransi;
   - Faktor adanya kemungkinan yang sama dalam bidang ekonomi;
   - Faktor adanya simpati terhadap kebudayaan yang lain; dan
   - Faktor perkawinan campuran.

C. Komunikasi Antar-budaya

Jika dilihat sifat-sifatnya yang dinamis dan selalu berubah, yang mengalami difusi, asimilasi, dan akulturasi, jelas kebudayaan merupakan suatu yang akan terus berkembang. Perkembangan itu hanya mungkin terjadi karena adanya interaksi antara sesama manusia, yang salah satunya melalui kegiatan komunikasi antara manusia yang memiliki budaya yang berbeda. Di sinilah, komunikasi antar-budaya merupakan suatu bagian yang akan terus ada sebagai gejala dalam kehidupan manusia.

Jadi, secara umum dapat kita katakan bahwa jika ada dua atau lebih manusia yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda, di situ pasti terjadi proses komunikasi antar-budaya. Proses komunikasi tersebut melibatkan pertukaran atau penyampaian pesan berupa nilai-nilai budaya yang berbeda, yang efeknya bisa melahirkan perubahan budaya bagi salah satu pihak atau terjadi peleburan yang membuat masing-masing latar belakang budaya bisa mewarnai keduanya.

Sebagai contoh adalah budaya sinkretisme yang dominan di Jawa khususnya atau Indonesia pada umumnya. Budaya ini merupakan perpaduan antara budaya Jawa lama yang didominasi oleh budaya Hindu, Buddha, bahkan animisme dan budaya Islam yang masuk belakangan yang dibawa oleh para pedagang dari Persia, Gujarat, dan lain-lainnya, yang kemudian mengukuhkan kerajaan Islam untuk menggantikan kerajaan sebelumnya yang bercorak Hindu atau Buddha. Masuknya ajaran Islam yang ditopang oleh kekuasaan politik di Indonesia ternyata tidak juga menghapus atau menghancurkan sepenuhnya budaya-budaya lama yang berbau animistik, dinamisme, dan juga pengaruh Hindu dan Buddha. Oleh karenanya, kedua budaya bisa menyatu dan dipegang oleh masyarakat kita sekarang. Misalnya, tradisi *nyadran* dan bentuk-bentuk budaya memengaruhi mental masyarakat kita dalam bertingkah laku dan bertindak.

Hamid Mowlana menyebutkan komunikasi antarbudaya sebagai *human flow across national boundaries*. Misalnya, dalam keterlibatan suatu konferensi internasional ketika bangsa-bangsa dari berbagai negara berkumpul dan berkomunikasi satu sama lain.[181] Sedangkan, Fred E. Jandt mengartikan komunikasi antarbudaya sebagai interaksi tatap muka di antara orang-orang yang berbeda budayanya. Ia

181. Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, *Human Communication: Konteks-konteks Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1996), hlm. 236—238.

menulis, "*Intercultural communication generally refers to face-to-face interaction among people of diverse culture.*"[182]

Komunikasi antarbudaya itu dilakukan:

- Dengan negosiasi untuk melibatkan manusia di dalam pertemuan antarbudaya yang membahas satu tema (penyampaian tema melalui simbol) yang sedang dipertentangkan. Simbol tidak sendirinya mempunyai makna, tetapi dia dapat berarti ke dalam satu konteks dan makna-makna itu dinegosiasikan atau diperjuangkan;
- Melalui pertukaran sistem simbol yang tergantung dari persetujuan antar-subjek yang terlibat dalam komunikasi, sebuah keputusan dibuat untuk berpartisipasi dalam proses pemberian makna yang sama; dan
- Sebagai pembimbing perilaku budaya yang tidak terprogram, namun bermanfaat karena mempunyai pengaruh terhadap perilaku kita. Menunjukkan fungsi sebuah kelompok sehingga kita dapat membedakan diri dari kelompok lain dan mengidentifikasinya dengan berbagai cara.[183]

Dalam perkembangannya, komunikasi antar-budaya dapat dipahami dengan sejumlah definisi, di antaranya adalah:

- Komunikasi antar-budaya adalah seni untuk memahami dan dipahami oleh khalayak yang memiliki kebudayaan lain;
- Komunikasi bersifat budaya apabila terjadi di antara orang-orang yang memiliki kebudayaan berbeda;
- Komunikasi antarbudaya adalah komunikasi yang terjadi dalam suatu kondisi yang menunjukan adanya perbedaan budaya, seperti bahasa, nilai-nilai, adat, dan kebiasaan;

182. Fred E. Jandt, *Intercultural Communication: An Introduction*, (London: Sage Publication, 1998), hlm. 36.

183. Alo Liliweri, *Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya*, (Yogyakarta. Pustaka Pelajar, 2003), hlm. 36—42.

- Komunikasi antarbudaya menunjuk pada suatu fenomena komunikasi yang para pesertanya memiliki latar belakang budaya berbeda terlibat dalam suatu kontak antara satu dan lainnya, baik secara langsung atau tidak langsung.

Yang perlu dicatat barangkali adalah bahwa komunikasi antar-budaya lebih banyak melibatkan aspek intrakultural atau pun *crosscultural*, bukan studi-studi inter kultural dari komunikasi. Sebagaimana tradisi penelitian antropologi dan psikologi lintas budaya (*cross-cultural psychology*), kebanyakan dari kegiatan penelitian memusatkan perhatian pada; pola-pola komunikasi dalam kebudayaan-kebudayaan tertentu, studi komparatif lintas budaya mengenai fenomena-fenomena komunikasi.

Untuk memahami terjadinya komunikasi antar-budaya, ada tiga dimensi yang perlu diperhatikan di dalamnya, antara lain:

a. Tingkat masyarakat kelompok budaya dari partisipan. Artinya, istilah "kebudayaan" telah digunakan untuk merujuk pada bermacam tingkat lingkupan dan kompleksitas organisasi sosial. Umumnya, istilah "kebudayaan" mencakup beberapa pengertian sebagai berikut:
   - Kawasan di dunia, misalnya budaya Timur, budaya Barat;
   - Subkawasan-kawasan di dunia, budaya Amerika Utara, dan Asia Tenggara;
   - Nasional/negara, misalnya budaya Indonesia, budaya Prancis, dan budaya Jepang;
   - Kelompok-kelompok etnis-ras dalam negeri, seperti, China, Jawa, negro; dan
   - Subkelompok sosiologis berdasarkan kategori jenis kelamin, kelas sosial (budaya hippis, budaya kaum gelandangan, dan budaya penjara).
b. Konteks sosial tempat terjadinya komunikasi antar-budaya. Hal ini menyangkut konteks sosial, meliputi bisnis, organisasi,

pendidikan, akulturasi imigran politik, konsultasi terapi, dan sebagainya. Komunikasi dalam semua konteks sosial tersebut pada dasarnya memilih persamaan dalam hal unsur-unsur dasar dan proses komunikasi (misalnya, menyangkut penyampaian, penerimaan, dan pemrosesan). Akan tetapi, adanya pengaruh kebudayaan yang tercakup dalam latar belakang pengalaman individu membentuk pola-pola persepsi pemikiran, penggunaan pesan-pesan verbal dan non-verbal, serta hubungan-hubungan antaranya. Maka, variasi kontekstual, misalnya komunikasi antara orang Indonesia dan Jepang dalam suatu transaksi dagang, akan berbeda dengan interaksi dalam peran sebagai dua orang mahasiswa. Dengan demikian, konteks sosial memberikan tempat khusus pada para partisipan, hubungan-hubungan antarperan, ekspektasi-ekspektasi, norma-norma, dan aturan tingkah laku yang khusus.

c. Saluran yang dilalui oleh pesan-pesan komunikasi antar-budaya (baik yang verbal maupun non-verbal). Hal ini berkaitan dengan saluran komunikasi. Dimensi ini menunjukkan saluran apa yang digunakan dalam komunikasi antar-budaya. Secara garis besar, saluran dapat dibagi atas:
   - Antarpribadi, yang biasanya terjadi secara tatap muka, lebih memungkinkan pengertian dan pemahaman yang berbeda antara orang yang memiliki latar belakang budaya berbeda; dan
   - Media massa, yang biasanya menjadi media penyampai pesan budaya, terutama budaya komersial yang lahir dari semangat kaum borjuis. Bersama-sama dengan dua dimensi sebelumnya, saluran komunikasi juga memengaruhi proses dan hasil keseluruhan komunikasi antar-budaya. Misalnya, orang Indonesia yang menonton melalui TV keadaan kehidupan di Afrika akan memiliki pengalaman berbeda dengan keadaan, apabila ia langsung berada di sana dan

melihat dengan kepala sendiri. Umumnya, pengalaman antarpribadi dianggap dapat memberikan dampak yang lebih mendalam.

D. Dominasi Budaya Borjuis Lewat Media

Dalam jagat kebudayaan di era kapitalisme-neoliberalisme, media massa telah menjadi saluran komunikasi yang berguna untuk menyampaikan pesan kaum borjuis yang terjadi tiap waktu. Pesan-pesan budaya borjuis yang memiliki latar belakang budaya yang jelas berbeda dengan kalangan rakyat biasa, pada akhirnya akan mendominasi budaya massa. Yang paling kentara adalah budaya kaum selebritis yang mendominasi media massa, apalagi kalau bicara media TV, tempat acara *infotainment* merupakan acara yang yang menjadi komunikasi budaya antara seleb dan massa.

Tanpa media, barangkali budaya borjuis (selebritis) dan budaya rakyat miskin akan jelas berbeda karena latar belakang ekonominya juga jelas berbeda. Kelas borjuis pada dasarnya adalah kelas yang mempunyai banyak waktu luang dan merupakan berbudaya bebas, dengan budaya malas kerja fisik yang selalu diwakilkan orang lain, bahkan terbiasa bodoh karena berpikir pun dapat diwakilkan orang lain. Ketika melakukan hal-hal kecil, mereka juga terbiasa membayar orang lain (pembantu). Sedangkan, rakyat miskin (mayoritas negeri ini) berlatar belakang kelas pekerja tentunya terlatih untuk kerja keras, giat bekerja, apalagi buruh pabrik yang terbiasa disiplin dengan aturan atau kaum tani yang terbiasa mengikuti alur cuaca.

Akan tetapi, karena media massalah dan proses komunikasi massa antar-dua kebudayaan yang berlatar belakang berbeda itulah yang menyebabkan budaya borjuis mendominasi. Efeknya adalah pada budaya massa yang membuat orang miskin ingin hasil yang cepat (karena diiming-imingi gaya hidup mewah borjuis yang dilihat dari TV/media, atau rayuan iklan, dan lain-lain), yang membuat

rakyat miskin tak sabar dan kebanyakan melakukan jalan pintas. Rakyat miskin juga semakin bodoh seperti didesain oleh pesan borjuis yang pada dasarnya otaknya mandeg dan bodoh karena tidak terbiasa memikirkan kontradiksi hidup (karena hidupnya sudah enak). Tak heran jika Adorno dan Horkheimer mengatakan, "Tren hidup selebritis (bintang film) memiliki mekanisme sosial yang sudah menyatu untuk menurunkan level semua orang yang menonjolkan diri dengan cara apa pun."[184]

Kebodohan atau kepura-puraan atau memang ketidaktahumenahuan karena sedang berada di puncak kemewahan hidup yang membuat mereka tak perlu lagi menggugat, mengkritisi, dan bertanya, memang merupakan landasan material yang membuat mereka bodoh dan tak bisa menjelaskan masalah-masalahnya sendiri. Ketika ada masalah, kebanyakan artis hanya bisa menangis. Kita sering melihat mereka menangis di sebuah tayangan *infotainment*. Lalu, tanpa punya penjelasan, jawaban atas pertanyaan tentang masalahnya selalu dikembalikan pada Tuhan, tiba-tiba sok relijius, sok agamis. Padahal, setelah itu tingkah lakunya tidak bermoral, suka berganti-ganti pasangan. Ketika kasus Luna Maya, Ariel, dan Cut Tari meledak, yang harus penulis katakan adalah, "Biasalah, emang kebanyakan artis-selebritis juga seks bebas, gonta-ganti pasangan, *wong* sudah kaya raya, apalagi yang dicari. Sudah punya segalanya, tingkah lakunya aneh-aneh. Orang kalau berlebih 'kan pasti muncul kontradiksi baru."

Secara umum, selebritis itu bodoh, hidupnya tidak mempunyai prinsip, mudah terombang-ambing. Apalagi, artis-artis yang cantik dan seksi, pasti banyak yang coba menggoda atau mendekati, menawarinya dengan konsesi-konsesi, harta, kesenangan, dan lain-lain. Nah, saking banyaknya yang menggoda inilah, hidup mereka

184. Theodore Adorno dan Max Horkheimer, *Dialectic of Enlightment*, (New York: Herder and Herder, 1972), hlm. 236.

terombang-ambing, tidak stabil. Kadang, ada juga orang sangat kaya yang menawarinya suatu hal yang menggiurkan, kadang artis pasti tergiur. Ada tawaran lain lagi. Lagi, lagi, dan lagi. Oleh karenanya, mental mereka tidak stabil. Ketidakstabilan itu memuncak pada *free-will* yang mengarah pada jiwa *chaos*, liberalisme tingkah laku paling tinggi. Nilai-nilai objektif, seperti moral, hanya menjadi bahan tertawaan. Objektivitas berpikir juga tumpul. Itulah yang membuat mereka dapat melakukan apa saja, hubungan tanpa komitmen, cinta yang datang dan pergi, nilai yang hilang, nafsu yang kukuh tersisa.

Akan tetapi, mereka harus berhadapan dengan nilai dan moral di publik. Ini bisa disiasati dengan pura-pura, bukan? Sebagaimana kita lihat dalam *infotainment* itu, jika diwawancarai wartawan atas musibah yang tiba-tiba mereka hadapi, pura-pura menangis agar kelihatan bahwa mereka juga manusia yang masih punya perasaan seperti rakyat jelata. Kadang, tangisan mereka hanya pura-pura. Bukan berarti tidak ada perasaan sekali waktu menangis. Dramatis yang jelas! Namun, coba bayangkan, kalau kita lihat mereka terbiasa menangis pura-pura ketika akting pembuatan sinetron. Apa kita berpikir akting menangis itu tidak mendatangkan perasaan? Ya, apa susahnya menangis, baik memakai perasaan atau tidak! Sama-sama mudahnya jika sudah terbiasa.

Kebodohan itu disebarkan melalui kata-kata yang sering kita dengar dan lihat dalam komentar-komentar mereka. Belum gaya hidup mereka dan lain-lain. Budaya liberal, glamor, dan dangkal itulah yang melalui media tersebar kepada rakyat hingga akhirnya terjadi kebodohan massal, hilangnya nalar kritis ketika media menumpulkannya dan membombardir dengan pesan budaya kelas atas yang sebenarnya secara latar belakang budaya sangatlah berbeda dengan rakyat miskin yang jumlahnya mayoritas.

Gaya glamor para selebritis yang dilihat rakyat adalah salah satu gambaran yang menunjukkan bahwa segala sesuatu tampak sebagai keindahan hidup meskipun rakyat tidak mampu melakukan

gaya hidup yang sama. Namun, karena media-media kapitalis terus-menerus mempropagandakan gaya hidup dan tampilan mewah, seakan-akan rakyat miskin menjadi bagian estetika budaya kemewahan itu. Dengan sekuat tenaga, individu-individu dalam masyarakat (terutama remaja) berusaha meniru gaya hidup para artis-selebritis. Mereka merasa telah terlibat dalam dunia kemewahan yang estetis yang dipancarkan media yang dipenuhi cara pandang kelas borjuis dan kaum selebritis hanya dengan cara meniru ucapannya, tindakannya, tergantung pada kemampuannya untuk mengonsumsi (membeli dengan uang).

Memang ada anggapan bahwa industri budaya kapitalis tidak begitu saja bersifat suprastruktur, tetapi bersifat konstruktif karena massa di Dunia Pertama dan di Dunia Ketiga tidak begitu saja mengonsumsi budaya secara pasif sebagai korban yang tidak dapat berpikir. Seringkali, ada resistensi pada tingkat makna simbolis yang mencegah industri budaya untuk begitu saja berfungsi sebagai sarana hegemoni makna yang represif. Menurut Andrew Ross (1989:129),[185] elite negara pinggiranlah yang pertama kali mendapatkan akses budaya populer yang terbaratkan karena terbatasnya akses warga pribumi terhadap media. Padahal, biasanya media mendorong kelompok berpengaruh untuk mengadopsi nilai konsumtif negara maju.

Meskipun dalam banyak kasus, tetap saja gaya hidup dan referensi budaya artis-artis selebritis Indonesia (dan negara-negara Ketiga secara umum) selalu meniru gaya hidup selebritis Barat. Merekalah yang pertama kali menjadi perantara budaya dan gaya hidup borjuis global untuk dibawa ke Indonesia. *Trend setting* lahir dari para selebritis dan seniman borjuis Barat (terutama Hollywood), sedangkan masyarakat Indonesia adalah konsumen pasif dari produksi budaya yang ada.

185. Andrew Ross, *No Respect: Intellectual and Popular Culture*, (New York and London: Routledge, 1989), hlm. 129.

Ketergantungan ekonomi, pengetahuan dan teknologi, ternyata juga membawa ketergantungan budaya dan gaya hidup.

Selebritis telah menjadi pembentuk ucapan, kosakata, tindakan, cara berpikir, dan kegemaran (*hobby*). Segala referensi kebutuhan hidup yang harus dipenuhi dalam pasar (kapitalisme) dibimbing oleh para selebritis. Media-media menceritakan secara detail tentang warna kesukaan para artis, kegiatan waktu luangnya (atau akhir pekannya), benda-benda kesukaannya (biasanya *potitional goods* atau benda-benda kebanggaannya), dan lain-lainnya.

Semuanya untuk mengarahkan khalayak kepada budaya konsumen. Para selebritis sebagai pembela kepentingan kelas kapitalis paling berperan dalam membuat barang-barang laku di pasar karena jika barang tak laku, produk akan tertumpuk di gudang. Jika produk tak laku, kapitalis tidak akan mendapatkan banyak keuntungan—mata rantai kapitalisme juga akan macet.

Memang medialah yang paling berperan dalam melahirkan dan membesarkan artis-selebritis. Semakin populer selebritis, semakin banyak idolanya, semakin besar pula nilai jual artis tersebut. Medialah yang menentukan popularitasnya.

Semua media populer tidak ada yang tidak memberitakan kisah selebritis, entah mengenai kegiatannya, hobi barunya, atau komentar dan pandangannya, juga kesuksesannya. Selain itu, ada media yang memang secara khusus diisi oleh berita-berita tentang selebritis. Di TV ada acara *infotainment*. Yang bisa penulis catat atau yang penulis ingat dari dulu hingga sekarang, misalnya stasiun RCTI memproduksi siaran *infotainment* dengan nama "Kabar-Kabari", "Cek&Ricek", dan "Buletin Sinetron". Produsen acara "Cek&Ricek" kemudian melebarkan sayapnya tidak hanya memproduksi acara televisi saja, tetapi juga menerbitkan tabloid dengan nama yang sama. Sedangkan, acara *infotainment* di SCTV antara lain "Ada Gosip", "Bibir Plus", "Poster", "Hot Shot", "Halo

Selebriti", "Otista", dan "Ngobras". Stasiun TPI menayangkan "Selebrita", "Sensasi", dan "Go Show". Sedangkan, di Anteve, antara lain "Espresso", "Panorama", "Kharisma", "Selebriti Dunia", dan "Berita Selebritis Spesial", dan "Selebriti Update". Stasiun TV Indosiar menayangkan "Kisah Seputar Selebritis" (KISS). "Insert" dan "Kroscek" ditayangkan oleh TransTV. MetroTV menayangkan "Showbizz". TV-One menayangkan "Expose". Trans|7 menayangkan "Gosip Pagi". GlobalTV menayangkan *infotainment* "Selebrita", "Selebriti Masak", "Obsesi Infoteinment", dan "Bibir".

Sementara itu, untuk media cetak umumnya berupa majalah atau tabloid yang isinya mengenai kehidupan selebritis. Nuraini Juliastuti melakukan penelitian yang cukup lengkap tentang sejarah media selebritis di Indonesia.[186] Dalam penelitiannya, diungkapkan bahwa media selebritis di Indonesia dimulai sejak 1929. Pada tahun itu, sudah terbit media yang menyajikan tulisan-tulisan tentang dunia film serta artis-artis, yaitu *Doenia Film* yang terbit di Jakarta. Setahun kemudian, nama majalah ini diubah menjadi *Doenia Film dan Sport*. Pada 1941, muncul majalah *Pertjatoeran Doenia dan Film*. Sedangkan, pada 1950-an di Solo muncul majalah *Star News.* Di kemudian hari, majalah ini berganti nama menjadi *Star News Baru* dan *Bintang.* Dalam waktu yang bersamaan, di Solo juga muncul majalah *Film Figoers.* Dari Surabaya, sempat terbit majalah *Indian Film*, sebuah majalah bulanan yang khusus mengulas film India. Berikutnya, muncul nama-nama baru majalah khusus film saat itu, antara lain *Berita Industri Film, Kentjana, Chitra Film, Film Indonesia, Aneka*, dan *Purnama.*

Pada 1967, film-film Indonesia mulai bangkit. Masyarakat Indonesia bisa menyaksikan produksi film-film nasional dan kemunculan artis-artis baru film Indonesia. Bersamaan dengan itu,

186. Nuraini Juliastuti, "Media Selebritis Indonesia", dalam *http://kunci.or.id/esai/nws/11/seleb_media.htm*.

ikut terbit media-media yang khusus mengulas seluk-beluk film nasional, yaitu *Ria Film* (terbit 1973), *Bintang Film* (terbit 1974), *Team* (terbit 1981), *Aktuil* (terbit 1967), dan *Top* (terbit 1976).

Aktuil, majalah khusus musik yang terbit di Bandung ini, menjadi legenda karena semasa hidupnya dikenal sebagai pelopor pembawa informasi perkembangan musik kepada publik Indonesia, tidak hanya yang berasal dari dalam negeri, tetapi juga dari luar negeri. Pada 1970-an, majalah ini tercatat membuka jaringan kantor perwakilan dan korespondennya di luar negeri (Hamburg, Munich, Berlin, Swedia, Stockholm, Ottawa, Tokyo, Hongkong, Kowloon, dan New York). Pada 1975, *Aktuil* juga mengejutkan publik Indonesia dengan mengundang kelompok musik Deep Purple untuk berpentas di Indonesia. Saat itu, pentas-pentas musik, apalagi dengan pemain musik dari luar negeri, masih jarang terjadi. Majalah lain yang mengkhususkan diri dengan berita-berita dalam dunia musik adalah *MAS* (Musik Artis Santai) dan *Citra Musik*.

Pada 1991, terbit tabloid-tabloid baru tentang dunia radio, televisi, film, dan artis, yaitu *Bintang Indonesia, Citra, Wanita Indonesia,* dan *Dharma Nyata.* Pada 1993, terbit majalah *Vista TV.* Majalah ini bermaksud menjadi *TV Guide* versi Indonesia.

Tidak semua tabloid tersebut berumur panjang. Tabloid *Bintang Indonesia* dan *Citra* masih bisa kita temui sampai saat ini. Dunia tabloid di Indonesia juga mendapat tambahan pemain baru, yaitu *Bintang Millenia* dan *Cek&Ricek*.

Posisi *Aktuil* di kemudian hari banyak digantikan oleh *Hai*. Majalah remaja pria ini dikenal luas di kalangan remaja karena banyak menyajikan berita-berita perkembangan musik, juga berita-berita tentang artis-artis musik dalam dan luar negeri. Sama seperti *Aktuil*, *Hai* juga kerap mengirimkan reporternya untuk menulis konser-konser musik dari luar negeri, misalnya menulis tentang konser musik Woodstock. Majalah-majalah remaja lain, seperti *Gadis* atau *Kawanku* mulai tahun 1990-an akhir banyak berperan sebagai

pembawa informasi tentang artis-artis musik dan film untuk para pembaca mudanya.

Menginjak akhir 1990, di Indonesia muncul media-media versi Indonesia dari media-media luar negeri, seperti *Cosmopolitan, Harpers Bazaars, Lisa*, dan sebagainya. Mulai 2001, muncul majalah baru: *Cosmo Girl.* Media-media ini akhirnya juga banyak berfungsi sebagai pembawa informasi dunia selebritis yang lebih luas kepada para pembacanya. Lebih-lebih, setelah MTV bisa dinikmati publik Indonesia lewat Anteve.

Pada perkembangannya, harus kita akui bahwa masyarakat kita lebih banyak mengonsumsi berita tentang selebritis daripada berita lainnya. Acara *infotainment* lebih banyak ditonton dan media selebritis lebih banyak dibeli (dikonsumsi). Berbagai berita dan informasi tentang artis-selebritis lebih mengalahkan berita politik, ekonomi, dan lain-lainnya.

Pada akhirnya, artis atau selebritis yang sebenarnya tidak memiliki kapasitas sama sekali justru menjadi sumber berita yang dominan. Artis-selebritis dimintai komentarnya tentang kenaikan harga-harga, bencana alam, masalah politik, budaya, dan lain-lain. Media-media perempuan, seperti *Femina*, majalah-majalah remaja, atau bahkan majalah keluarga semacam *Ayah Bunda*, atau majalah kesehatan akhirnya bisa dijadikan rujukan informasi tentang artis A atau artis B, misalnya tentang gaya hidup kesehatannya, hobinya, atau cara mendidik anaknya.

Para pembela pasar utama dan yang paling terlihat di hadapan mata kita memanglah mereka yang tampil di TV dan menyuguhkan berbagai penampilannya agar kita merasa bahwa budaya pasar begitu indah dan seakan melupakan keindahan sejati itu sendiri. "Belilah produk ini, itu, ini itu, yang ini, yang itu! Tirulah artis ini artis itu! Tirulah rambut ini rambut itu! Belilah produk ini produk itu! Nikmatilah yang ini yang itu!" Begitulah doktrin utama yang dibombardirkan kepada kita.

Artis-artis alias seniman pendukung budaya pasar—yang lahir, tumbuh, dan dihidupi (digaji) oleh penguasa industrialis kapitalisme, dan yang mati demi dan atas nama pasar—memanglah para seniman/artis selebritis. Bahkan, kadang merekalah yang secara agresif melontarkan gagasan-gagasan, wacana, dan ucapan gampangannya kepada penonton.

"Orang-orang barbar tak lagi menggempur gerbang kota kita, mereka sedang makan malam bersama kita. Nama mereka adalah J. Lo, Ja Rule, dan Paris Hilton," kata Michael ReGault, seorang pengamat media AS.[187] Mereka menjejali media-media hingga tidak ada satu pun media populer yang berisi keluhan dan tuntutan orang-orang miskin yang susah dan menggugat keadaan: yang ada hanyalah wajah cantik bergincu tebal dan ber-*make-up* yang kadang keterlaluan mirip "topeng monyet" atau laki-laki yang kalau tak mancho pasti "mbanci".

E. Bahasa dan Dominasi Budaya Kelas

"Gua dari kampus, disamperin cowok norak banget. Ya, gua cuek aja, gitu lho(h)! Tapi, dianya tetap godain. Gua bilang: Plis deh!, gua gak pingin diajak ngobrol!"

Begitulah cerita seorang mahasiswi kepada temannya di sebuah kantin kampus. Menurut Wittgenstein, secara ekstrem kehidupan manusia merupakan permainan bahasa. Oleh karena itu, tidak heran jika perjalanan sejarah manusia tertuang dalam ungkapan bahasa. Sistem pemikiran dan filsafat, pola pikir, dan lain sebagainya dapat dipandang sebagai penyusunan bahasa. Gaya bahasa tidak terlepas dari berbagai unsur yang membentuk watak si pemakai bahasa. Kehadiran bahasa dalam dunia manusia bukan hanya sekadar alat

187. Michael R. LeGault, *Sekarang Bukan Saatnya untuk "Blink" Tetapi Saatnya untuk THINK: Keputusan Penting Tidak Bisa Dibuat Hanya dengan Sekejap Mata*, (Jakarta: PT. Transmedia, 2006).

komunikasi untuk menyampaikan pikiran, perasaan, atau apa saja yang terkesan bagi seseorang atau kelompok. Bahkan, bahasa dianggap sebagai barometer tingkat kebudayaan suatu etnis atau bangsa.

Kelas menengah adalah suatu kelompok yang sangat mungkin untuk bisa meningkatkan mobilitas sosial kelasnya dengan modal yang dimiliki. Maka, perasaan menjadi kelas yang kuasa juga dimanifestasikan dengan cara mengadopsi cara komunikasi yang trendi, menirukan gaya bicara dan kata-kata yang dipakai oleh kelas borjuis yang hidupnya sudah enak. Inilah "*the will to power*", sebuah "*ideologi*" yang—seperti dirumuskan oleh Louis Althusser—"*expresses a will, a hope, or a nos-talgia, rather than describing a reality*".

Steven Pinker, tokoh psikologi evolusioner sejumlah buku laris (antara lain *The Language Instinct*) termasuk orang yang meyakini bahwa bahasa adalah satu-satunya fasilitas yang kita punyai untuk berurusan dengan dunia. Bahasa tumbuh selama ribuan generasi, memperbaiki komunikasi umat manusia, dan serta-merta meningkatkan peluang manusia untuk bertahan (survival). Perkembangan teori kecerdasan manusia yang dikembangkan Howard Gardner (1983) juga mendeteksi bahwa manusia memiliki kecerdasan majemuk dengan tujuh tipe kecerdasan yang salah satunya adalah tipe kecerdasan bahasa (linguistik).

Sesuai dengan pernyataan Holmes, fenomena pertuturan, baik dalam bentuk verbal maupun ortografis, merupakan artikulasi produk pemerolehan bahasa oleh yang bersangkutan dan dikemas dalam konteks sosial budayanya. Perlu dicatat, keragaman bahasa yang terlihat dalam penggunaan bahasa ditentukan oleh penggunaan dan pengguna bahasa, tergantung pada faktor tempat, kepada siapa, dan siapa saja yang menggunakannya.

Sedangkan, Penalosa menyebutkan sebagai domain, yakni suatu klaster dalam situasi sosial yang secara khas dibatasi oleh seperangkat kaidah tingkah laku bersama yang terdiri atas peran para interlokutor

(teman bicara) di dalam *setting* yang khas dan topik yang mungkin sekali menjadi pembicaraan mereka dan domain pribadi, yaitu, situasi sosial yang menyebabkan kelompok pertama: teman-teman dekat, karib, dan hubungan-hubungan yang akrab (Supardo, 1998: 33–34). Itulah yang membentuk gestur dan pola bertutur "anak-anak gaul" itu.

Bahasa Indonesia telah mengalami berbagai macam tantangan dari perkembangan masyarakat. Bahasa yang tidak lepas dari intervensi kekuasaan dan ideologi ini akan terus mewarnai bagaimana perkembangan kebudayaan bangsa kita. Memang, bahasa bukanlah suatu wilayah yang netral dari kekuasaan politik sebagaimana kelahiran bahasa Indonesia sendiri juga berasal dari sebuah keputusan politik.

Kekuasaan apakah yang sekarang ini mencengkeram bahasa Indonesia? Kian hari, semakin kita rasakan bahwa kehidupan kita semakin kuat dipengaruhi, ditenggelamkan, bahkan mungkin ditentukan oleh bahasa. Bukan hanya untuk menonton TV, membaca berita koran, menyeberang jalan, atau menyatakan cinta, segalanya tampaknya memang harus diserahkan pada bahasa.

Lebih jauh dari sekadar alat komunikasi, bahasa juga menjadi ideologi, alat mendoktrin, dan mengarahkan gaya hidup kita. Lihat saja ketika para selebritis mengucapkan kata-kata "Plis deh!" atau "Gitu lho(h)!" di TV, dengan cepat bahasa itu meluas di masyarakat, khususnya kaum remaja. Malahan, kita juga dapat mendengar bahasa itu sekolah-sekolah dan kampus-kampus, bahkan di dalam bus kota atau angkot. Intinya, ungkapan itu dengan cepat menyebar ke mana-mana, diungkapkan oleh banyak orang tanpa melihat asal-usul dan latar belakang kelas, agama, dan etnis di Indonesia. Kemungkinan besar ungkapan itu tersebar lewat media, seperti TV. Hal itu wajar mengingat TV adalah benda yang paling dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat.

Dalam corak masyarakat pasar bebas sekarang ini, ideologi-ideologi yang berwatak kapitalistis turut memperkuat cara berpikir masyarakat, seperti pragmatisme, oportunisme, dan pemujaan kemewahan akibat gerak modal. Wacana-wacana yang berkembang, seperti wacana seksualitas, humor, politik, dan sebagainya, turut mengokohkan jaringan kapitalisme yang semakin melebar dan mendalam. Di sini bahasa-bahasa dikembangkan untuk "melatahkan" sistem kapitalisme tersebut, berkembang di masyarakat dan membangkitkan imajinasi yang berkaitan dengan kepentingan dan kebutuhan, juga untuk menegaskan eksistensi diri melalui konsumsi bahasa dan kata-kata yang diucapkan. Bahasa yang diungkapkan tentunya mengomunikasikan eksistensi manusia yang dapat menunjukkan obsesi-obsesinya, keinginan-keinginannnya, kecemasan-kecemasannya, dan lain-lainnya.

Konsumsi dan penerimaan ucapan dan kata-kata bahkan mampu menunjukkan keberadaan ideologi dominan yang menghegemoni pemikiran dan tingkah laku seseorang atau kelompok sosial. Bertebaran di berbagai media massa, bahasa adalah simbol yang akhirnya membentuk citra. Menurut Djamaluddin Malik dan Subandy Ibrahim (1997:61), keistimewaan bahasa adalah karena kehadirannya dalam jagat makna yang bisa digunakan untuk "membahasakan" simbol-simbol yang lain. Bahasa yang telah terkontrol dan distandardisasi ini pada gilirannya menjadi instrumen kontrol perilaku dan jagat makna yang membangunkan kesadaran kita terhadap realitas sosial-politik yang ada.

Dalam ruang-waktu tempat bahasa bertebaran dan wacana digulirkan dalam ranah ideologi yang berupa pertautan antara pengetahuan dan kepentingan pihak kapitalis (penumpuk modal), manusia akan memiliki peluang yang besar untuk kehilangan otonomi dan "kejelasan" eksistensialnya. Pada masa transisi menuju liberalisasi budaya yang dikendalikan oleh desainer budaya yang kepentingannya mendukung stabilitas masyarakat pasar bebas,

bahasa kaum borjuis (elite ekonomi kapitalis yang diwakili oleh kaum selebritis) pertama kali muncul sebagai hal yang baru. Bahkan, pertama kali kosakata borjuis—yang merupakan kata-kata yang menunjukkan ekspresi aktivitas keseharian dan gaya hidupnya—terdengar, hal itu bisa menjadi suatu hal yang asing. Lalu, ketika bahasa itu sering diungkapkan, awalnya terjadi ketegangan. Ketegangan ini akan tampak riil ketika ungkapan borjuis diterima (didengar) oleh kalangan ekonomi pinggiran yang secara gaya hidup sangat jauh berbeda dengan kelas atas. Aras pokok ketegangan masa transisi ini adalah pembelahan kelas, ketika kondisi sosial-ekonomi kelas bawah (remaja-remaja dari kaum pinggiran) sangat sulit diekspresikan dengan bahasa yang mewakili ekspresi kaum atasan yang hidupnya senang dan selalu terpenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Transmisi bahasa dan ungkapan pop juga tidak bisa dipisahkan dari penularan gaya hidup. Secara sosiologis, gaya hidup (*life style*) memiliki arti yang agak terbatas dengan merujuk gaya hidup khas dari kelompok status tertentu (Weber, 1968). Yang jelas, dalam budaya konsumen seperti sekarang ini, istilah "gaya hidup" mengonotasikan individualitas, ekspresi diri, serta kesadaran-diri yang stilistik. Indikator dari individualitas selera dan cita rasa pemilik atau konsumen biasanya terdiri atas hal-hal yang berkaitan dengan tubuh, busana, bicara, hiburan saat waktu luang, pilihan makanan dan minuman, rumah, kendaraan, pilihan liburan, dan seterusnya. Jadi, bahasa dan gaya bicara seperti "Gitu, Lho(h)!" atau "Plis, Deh!" di atas merupakan bagian hegemoni gaya hidup masyarakat pasar—yang akan melahirkan generasi "Capek Dech!".

Terakhir, bahasa dan gaya hidup dalam masyarakat kapitalis yang berpilar pada paham individualisme dan liberalisme melahirkan narsisisme baru. Narsisisme baru adalah tempat individu-individu mencoba memaksimalkan dan mengalami berbagai sensasi yang ada, pencarian akan ekspresi dan ekspresi-diri, kekaguman dengan

identitas, dan penampilan dan penampakan menjadikan anggota kelas menengah baru sebagai konsumen "alami". Kelas menengah yang semakin banyak jumlahnya inilah yang akan menjadi perantara ucapan-ucapan dan kata-kata yang hadir sebagai ekspresi psikologis kaum borjuis agar diterima oleh masyarakat secara luas, khususnya kelas yang paling menderita dari struktur kapitalisme. Ketertindasan ekonomi dan psikologis seakan tidak dirasakan karena mereka merasa tidak masalah tidak memiliki apa yang dimiliki kaum borjuis asalkan bisa meniru bahasa dan gaya hidupnya.

F. Dialog Antar-budaya dan Etika Global (Global Ethic)

Di tengah-tengah arus globalisasi sekarang ini, konflik antar-budaya, terorisme, dan kekerasan memang bukan lagi gejala yang aneh. Pertikaian politik atas nama budaya dan penindasan ekonomi menyebabkan masyarakat terbelah ke dalam sekat-sekat yang membatasi hubungan sosial dan kolektivitas umat manusia. Hal itulah yang membuat diskursus multikulturalisme relevan untuk dibicarakan. Dunia sangatlah luas.

Yang jelas, ada berbagai penyebab historis yang menjadikan keretakan itu, hingga paham monokultural yang berupa semangat yang anti-demokrasi, seperti sentimen antar-suku, agama, dan bangsa semakin meningkat. Di dalamnya, terdapat klaim-klaim sempit tentang kebenaran (*truth-claims*) dan klaim-klaim validitas (*validity-claims*) yang menyempitkan pengalamannya itu yang menjadi energi dahsyat dalam menjelmakan tragedi dalam hubungan antar-manusia.

Sekali lagi, ada institusi-institusi yang menyediakan kemungkinan adanya perbedaan-perbedaan agama, ras, bangsa, budaya, ideologi, ekonomi, politik, dan sistem-sistem pengaturan dan ikatan hubungan dan nilai yang lain. Bahkan, kengerian kita akan diperbesar ketika perbedaan terjadi dari perpaduan antara

institusi-institusi itu. Kerap kali, agama, ideologi, politik, dan ekonomi, serta rasialisme menyatu membentuk pendefinisian diri, menimbulkan anggapan bahwa yang lain sebagai "mereka" (*they*, dengan huruf "t" kecil) yang berbeda dengan "Kita" (*We*, dengan huruf "W" kapital). Dapat disaksikan meluapnya genangan darah sepanjang abad karena berbagai perbedaan. Lakon-lakon sejarah telah memperlihatkan perang dan permusuhan: perang zaman primitif, perang antar-agama, perang ekonomi-politik yang saat ini terus berlangsung antar-sesama manusia. Ia adalah air mata perbedaan dan kebenaran yang nelangsa, yang sebenarnya tak pernah menghendaki adanya pertumpahan darah. Hanya manusialah yang senantiasa mengandung pertanyaan dan menjawabnya secara sembrono. Upaya untuk "memahami" (*verstehen*) dunia mengubah menjadi kegiatan "menghakimi" secara sepihak dan subjektif.

Perbedaan dan pemahaman menjadi dua kata kunci yang pivotal bila ketakutan dan kengerian akan perang ingin dikurangi. Gara-gara minimnya pemahaman, hubungan demokratis tak akan terwujud, hanya kehancuran jagat dan kemanusiaan. Misalnya, ketika agama menjadi preseden buruk yang dikaitkan dengan tragedi itu, perang agama telah menjelaskan betapa buruknya aspek keberagamaan ketika ia seharusnya berkorelasi positif dengan kedamaian alam dan keagungan manusia. Sebab kita tahu, tidak ada satu pun agama yang turun di bumi dengan mengatasnamakan "kematian".

Akan tetapi, sejarah telah mencatat, pada saat Paus mengemukakan maksud-maksudnya atas nama Kristus untuk mempercepat pembasmian ras terhina dari daerah-daerah kita dan sekaligus membantu penduduk Kristen, Perang Shalib pun pecah, menumpaskan nyawa banyak manusia. Pada sisi yang lain, persebaran Islam sebagai agama yang menjadi rahmat bagi seluruh

alam, juga membantai suku-suku "kafir", bahkan dijadikan alat untuk memerkosa hak-hak umat manusia.

Pada bagian cerita yang lain, reduksi kehidupan keberagamaan, selain disebabkan oleh klaim-klaim kebenaran, juga diakibatkan oleh terkontaminasinya nilai sakral agama dengan nafsu keduniaan (hedonitas) yang berupa hasrat untuk menang sendiri dalam menguasai aset-aset ekonomi dan politik. Kesulitan pemisahan antara yang sakral dan profan inilah yang menjelaskan kehidupan keberagamaan tidak sesuai dengan misi agama tersebut.

Ironisme pencarian kebenaran manusia telah ditimbulkan oleh globalisasi, tempat dominasi ekonomi oleh minoritas manusia telah mampu menjungkir-balikkan nilai-nilai kemanusiaan melalui penindasan inheren dalam kapitalisme global. Manusia tidak mampu mencari kebenarannya sendiri, tetapi atas diktum orang lain melalui alat produksi kebenaran palsu yang ditebarkan untuk melanggengkan struktur penindasan tersebut. Inilah yang juga menjadi catatan tambahan bahwa multikulturalisme juga harus disandingkan dengan pemahaman untuk memberantas setiap upaya penindasan baik secara ekonomi, politik, dan kultural yang sifatnya universal dan global.

Gejala kemiskinan yang membuat anggota masyarakat tidak dapat tumbuh berkembang secara sehat secara fisik dan mental sebenarnya adalah gambaran mendasar dari segala macam persoalan yang muncul di era ini. Mustahil memisahkan persoalan ini dengan persoalan-persoalan lain, seperti terorisme, konflik etnis, agama, dan ideologi. Maka, ketika isu-isu lain lebih dominan, yang konsekuensinya akan dianggap masyarakat sebagai masalah pokok, jantung persoalan yang ada tidak terdiagnosis, dan demikian tidak akan menghasilkan solusi yang mengena bagi permasalahan kemanusiaan secara global. Isu-isu global yang berseliweran tersebut membuat transformasi sosial menjadi dipertaruhkan.

Menurut Hans Kung (1991)[188] dalam bukunya *Global Responsibility In Search of a New World Ethi,* untuk menghindari bencana yang barangkali akan semakin membesar ini, tidak bisa tidak harus ada suatu pergeseran nilai dalam paradigma kehidupan manusia. Pergerakan dari nilai-nilai modernitas ke "pasca-modernitas" ini meliputi hal-hal berikut. Pertama, perubahan dari masyarakat yang bebas etis menuju masyarakat yang bertanggung jawab secara etis. Kedua, dari budaya teknokrasi yang mendominasi manusia menuju teknologi yang melayani manusia. Ketiga, dari industri yang merusak lingkungan menuju industri yang ramah lingkungan. Keempat, dari demokrasi legal menuju demokrasi yang berkeadilan dan berkebebasan.

Akan tetapi, kita tidak boleh lupa bawa etika global (*global ethics*) juga harus didasarkan pada etika ekonomi (*economic ethics*) dalam mengidealkan keadilan sosial. Pasalnya, transformasi tenaga produksi menentukan dalam perkembangan hubungan sosial di masyarakat dalam sejarah perkembangannya. Cara pandang dan pola hubungan antar-manusia yang ada sebenarnya lebih banyak dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan distribusi nilai ekonomisnya ketimbang terjadi secara alamiah (tanpa sebab-sebab material). Kontradiksi pun muncul ketika antara tenaga produktif manusia (kekuatan kerjanya, alat kerja dan teknologinya, sasaran kerja, atau lingkungan alamnya) tidak sesuai dengan hubungan kepemilikan yang ada. Pada epos sejarah seperti ini, tidak heran jika berbagai persoalan yang mengikutinya akan muncul berupa persoalan sosial, politik, dan budaya sebagai imbas kontradiksi ekonomi yang ada.

Artinya, etika harus dipahami sebagai bentuk kepedulian di antara sesama manusia (*inter-human*) yang didasarkan pada pengetahuan objektif tentang kontradiksi yang ada. Logikanya,

188. Hans Küng, *Global Responsibility, In Search of a New World Ethic*, (New York, Continuum, 1991).

orang tidak mungkin akan memiliki patokan etis jika tidak didahului dengan penilaian tentang mana yang baik dan buruk. Kualitas dapat dilihat dari bentuk-bentuk hubungan material yang ada dalam kenyataan sehari-hari. Kesadaran tentang permasalaan akan membuat orang menilai apakah masyarakat sekarang ini akan berjalan menuju humanitas atau dehumanitas. Struktur objektif adalah tempat individu-individu dalam masyarakat saling berhubungan dalam rangka memenuhi dan meningkatkan kebutuhan hidupnya. Apabila hubungan itu saling mendukung dan memenuhi (kerja sama), masyarakat berjalan secara harmonis. Apabila dalam hubungan ekonomis itu terjadi konflik, dapat dipastikan secara sosial-politik dan budaya (bahkan agama) akan terjadi konflik secara terus-menerus.

Etika global adalah semacam patokan budi yang lahir dari cara memandang realitas kemiskinan, sebab-sebab objektifnya, dan imbasnya bagi disharmoni sosial, budaya, agama, dan etnisitas yang sangat rawan terjadi di era ini. Etika global tidak hanya mencari titik temu antara berbagai macam kekayaan lokalitas yang terbangun dan mendukung keragaman budaya manusia, tetapi juga mencari titik temu untuk mengatasi kontradiksi (ketidakadilan) global yang manifes dalam hubungan ekonomi-politik.

Toleransi antar-sesama manusia di planet ini adalah watak yang dicita-citakan oleh pendukung etika global. Toleransi sebagai dimensi psikologis juga menyangkut bentuk perasaan dan cara pandang terhadap realitas dan hubungan antar-sesama manusia. Toleransi adalah perasaan dan cara pandang melihat manusia lain sebagai bagian dari dunianya dan semua manusia dianggap sebagai sesama makhluk yang perlu bekerja sama dalam mengatasi kesulitan hidup dan bersama-sama dapat mengembangkan dirinya di dunia ini.

Seabad lebih yang lalu, seorang pemikir yang bernama Bahá'u'lláh memberikan peringatan, "Umat manusia, kedamaian dan keamanannya, hanya atas suatu pondasi kesatuan sejati, harmoni dan pemahaman antara manusia dari bermacam-macam bangsa di

dunia, masyarakat global yang berkelanjutan bisa dicanangkan." Dari sini, etika global adalah konsekuensi globalisasi yang memiskinkan manusia dan menimbulkan rasa solidaritas untuk memecahkan persoalan-persoalan lain akibat ketidakadilan global. Globalisasi akan mengarah pada adanya kewarganegaraan global (*world citizenship*) melampaui identitas bangsa, suku, dan agama untuk menyikapi isu-isu global dan mengatasi permasalan-permasalahan yang ada. *Wallahu a'lam!*

Daftar Pustaka

c r d

Buku

Abidin, Wikrama Iryans. 2005. *Politik Hukum Pers Indonesia.* Jakarta: PT Grasindo

Adorno, Theodore dan Max Horkheimer. 1972. *Dialectic of Enlightment*. New York: Herder and Herder

Almond, Gabriel A. dan G.B. Powell. 1966. *Comparative Politics: A Developmental Approach*. Boston: Little, Brown. And Company

Arliss, Laurie P. dan Deborah Borisoff (Eds.). 2001. *Women and Men*. *Communicating*: *Challenges and Changes* (2nd Edition). Prospect Heights, IL: Waveland Press

Bardi, John. "*Thinking Critically about Critical Thinking*", *Self-published*, hlm. 1

Bate, Barbara dan Judy Bowker. 2000. *Communication and the Sexes.* Portland: Waveland Pr Inc

Binawan, AL. Andang L. & A. Prasetyantoko (eds.). 2004. *Keadilan Sosial: Upaya Mencari makna Kesejahteraan Bersama di Indonesia*. Jakarta: Kompas

Blake, R.H. dan Haroldsen. 1975. *A Taxonomy of Concepts in Communication*. New York: Hasting House

Chafee, Steven A. 1975. *Political Communication: Issues and Strategies for Research*. Beverly Hills: Sage Publication

Collins, P. Hill. 2000. *Black Feminist Thought: Knowledge, Consciousness, and the Politics of Empowerment.* New York: Routledge

Davis, Allen F. dan Harold D. Woodman (eds.). 1991. *Konflik dan Konsensus dalam Sejarah Amerika Modern.* Yogyakarta: Gajahmada University Press

Dewey, John. 1939. *Freedom and Culture*. New York: Capricorn Books

Devito, Joseph A. 1989. *The Interpersonal Communication Book*. New York: Harper & Row Publisher

Deutsch, Karl W. 1963. *The Nerves of Government*. New York: The Free Press

Dhofier, Zamakhsyari. 1982. *Tradisi Pesantren: Studi tentang Pandangan Hidup Kiai*. Jakarta: LP3ES

Effendy, Prof. Onong Uchjana, M.A. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti

Eriyanto. 2000. *Kekuasaan Otoriter dari Gerakan Penindasan Menuju Politik Hegemoni: Studi atas Pidato-Pidato Politik Soeharto*. Yogyakarta: INSIST dan Pustaka Pelajar

--------. 2001. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS

Fagen, R.R. 1966. *Politics and Communication*. Boston: Little, Brown and Company

Fakih, Mansour. 1996. *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Fromm, Erich. 2001. *Konsep Manusia Menurut Marx*. Jogyakarta: Pustaka Pelajar

--------. 2005. *The art of Loving: Memaknai Hakekat Cinta*. Jakarta, Gramedia Pustaka Utama

Gibran, Kahlil. 2001. *Jiwa-Jiwa Pemberontak*. Yogyakarta: Navila

Griffin, E.M. 2000. *A First Look At Communication Theory*. New York: Wheaton College

Hardt, Hanno. 2005. *Critical Communication Studies: Sebuah Pengantar Komprehensif Sejarah Perjumpaan Tradisi Kritis Eropa dan Tradisi Pragmatis Amerika*". Yogyakarta: Jalasutra

Harre, R. 1995. *The Philosophies of Science, an Introductory Survey*. London: The Oxford University Press

Hidayat, Dedy, et.al (eds.). 2000. *Pers dan Revolusi "Mei": Runtuhnya Sebuah Hegemoni*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Hikam, Muhammad AS. 1999. *Demokrasi dan Civil Society*. Jakarta: LP3ES

Hill, Hall (ed.). 1994. *Indonesia's New Order*. Honolulu: University of Hawaii Press

Horikhosi, Hiroko. 1987. *Kyai dan Perubahan Sosial*. Jakarta: P3M

Hovland, Carl I et.al. 1953. *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change*. New Haven: Yale University Press

Jandt, Fred E. 1998. *Intercultural Communication: An Introduction*. London: Sage Publication

Kartodikromo, Marco. 2000. *Student Hijo*. Yogyakarta: Bentang

Keller, Suzanne. 1995. *Penguasa dan Kelompok Elit. Peranan Elit Penentu dalam Masyarakat Modern*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Keohane, Robert O. dan Milner (eds.). 1996. *Internationalizatuion and Domestic Politics*. Cambridge-UK: Cambridge University Press

Koentjaraningrat. 1971. *Manusia dan Kebudayaan di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Djambatan

Latif, Yudi dan Idi Subandy Ibrahim (eds.). 1996. *Bahasa dan Kekuasaan: Politik Wacana di Panggung Orde Baru*. Bandung: Mizan

Laswell, Harold D. (ed.). 1980. *Propaganda and Communication in World History*. Hawai: University of Hawaii Press

Lazarsfeld, Paul & Robert K. Merton. 1975. *The Process and Effects of Mass Communication*. Revised edition. Urbana, IL: University of Illinois Press

Leather, Dale G. 1976. *Nonverbal Communication System*. Sydney: Allyn and Bacon, Inc

LeGault, Michael R. 2006. *Sekarang Bukan Saatnya untuk "Blink" Tetapi Saatnya untuk THINK: Keputusan Penting Tidak Bisa Dibuat Hanya dengan Sekejap Mata*. Jakarta: PT. Transmedia

Lenin. 1958. *Imperialisme: Tingkat Tertinggi Kapitalisme*, Yayasan Pembaruan, Jakarta

Levinson, David dan Melvin Ember (eds.). 1992. *Encyclopedia of Cultural Anthropology*, Volume 4, New York: Henry Holt and Company

Liliweri, Alo. 2003. *Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya*. 2003. Yogyakarta. Pustaka Pelajar

Littlejohn, Stephen W. 1989. *The Theories of Human Kommunication*. Belmont, California: Wadsworth Publishing Company

M, Logsdon. 1985. *Women in Asia The Pasific*. Hawaii: The Women's Studies Programm, University of Hawaii

Mahfud, Moh. 1999. *Hukum dan Pilar-Pilar Demokrasi,* Yogyakarta: Gama Media

Malaka, Tan. 1999. *Madilog: Materialisme Dialektika Logika*. Jakarta: Pusat Data Indikator

Marcuse, Herbert. 2001. *Manusia Satu Dimensi*. Yogyakarta: Bentang

Matson, Floyd. 1966. *The Broken Image*. New York: Doubleday

McDavid, J.W. dan H. Harari. 1968. *Social Psychology: Individuals, Groups, Societies*. New York: Harper & Row Publisher

McQuail, Dennis. 1987. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga

Mills, C. Wright. 1956. *The Power Elite*, New York: Oxford University Press

Much, J.G. (ed.). 1965. *Handbooks of Organization*. Chicago: Rand McNally

Muhammad, Jamila K.A. 2008. *Special Education for Special Children*: *Panduan Pendidikan Khusus Anak-anak dengan Ketunaan dan* Learning Disabilities. Jakarta: Hikmah

Mulyana, Deddy. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Rosdakarya

Mussen , T. dan M. Rosenweig. 1973. *Psychology: An Introduction*. Boston: D.C. Health

Myrdal, Gunnar. 1981. *Objektivitas Penelitian Sosial*. Jakarta: LP3ES

Naisbitt, John. 1994. *Global Paradox: Semakin Besar Ekonomi Dunia, Semakin Kuat Perusahaan Kecil*. Jakarta: Binarupa Aksara

Narayan, Uma. 1997. *Dislocating Cultures: Identities, Traditions, and Third-World Feminism*. New York: Routledge

Nimmo, Dan. 1989. *Komunikasi Politik. Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung: Remadja Karya

Nimmo, Dan (ed.). *Communication Yearbook 4*. Brunswick, NJ: Transaction Book Ltd—International Communication Association

Norman, D.A. 1993. *Things That Make Us Smart*. Perseus Book

O'Donnel, Guillermo dan Phillipe C. Schmitter. 1993. *Transisi Menuju Demokrasi. Rangkaian Kemungkinan dan Ketidakpastian*. Jakarta: LP3ES

Pawito, Ph.D. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS

Petras, James & Henry Veltmeyer. 2002. *Imperialisme Abad 21*. Yogyakarta: Kreasi Wacana

Pittman, Frank. 1989. *Private Lies*. New York: Norton

Poole, Ross. 1993. *Moralitas dan Modernitas: Di Bawah Bayang-Bayang Nihilisme*. Yogyakarta: Kanisius

Pye, Lucian W. 1963. *Communication and Political Development*. Princeton: Princeton University Press

Rakhmat, Drs. Jalaluddin. 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

RaRuben, Brent D. 1988. *Communication and Behavior*. New York: MacMillan Publishing Company

Rauf, Maswadi dan Mappa Nasrun (eds). 1993. *Indonesia dan Komunikasi Politik*. Jakarta: Gramedia

Reading, Hugo F. 1986. *Kamus Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: CV. Rajawali

Ridjal, Fauzie, et.al. (eds.) 1993. *Dinamika Gerakan Perempuan di Indonesia*. Yogyakarta: Tiara Wacana

Roger, Phillipe. 2005. *The American Enemy: The History of French Anti-Americanism*. Chicago: University of Chicago Press

Ross, Andrew. 1989. *No Respect: Intellectual and Popular Culture*. New York and London: Routledge

Ross, Edward A. 1938. *Principles of Sociology*. New York: D. Appleton-Century

Rowe, Alan J. 2005. *Creative Intelligence:Membangkitkan Potensi Inovasi dalam Diri dan Organisasi Anda*. Bandung: Penerbit Kaifa PT Mizan Pustaka

Rueda, Marisa, et.al. 2007. *Feminisme untuk Pemula*. Yogyakarta: Resist Book

Ruggerio, Vincent Ryan. 2003. *Beyond Feelings: A Guide to Critical Thinking*. McGraw-Hill Higher Education

Sardar, Zianuddin. 2008. *Membongkar Kuasa Media*. Yogyakarta: Resist Book

Seabrook, Jeremy. 2006. *Kemiskinan Global*. Yogyakarta: Resist Book

Short, Julian. 2006. *An Intelligent Life: Anatomi Hidup Bahagia*. Jakarta: Transmedia

Shiraisi, Takashi. 1997. *Jaman Bergerak: Radikalisme Rakyat di Jawa 1912-1926*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti

Siahaan, M. Hotman, et.al. 2001. *Pers yang Gamang: Studi Pemberitaan Jajak Pendapat Timor-Timur*. Jakarta: Institut Studi Arus Informasi

Siregar, Amir Effendi. 1983. *Pers Mahasiswa Patah Tumbuh Hilang Berganti,* Jakarta: PT Karya Unipress

Smith, Edward C. 1983. *Sejarah Pembreidelan Pers di Indonesia,* Jakarta: PT Grafiti Press

Smith, Steve, at.al. (eds.). 1996. *International Theory: Positivism & Beyond*. Cambridge: Cambridge University Press

Sobur, Drs. Alex, M.Si. 2005. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisa Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Soemardjan, Selo dan Soelaeman Soemardi (eds.). 1964. *Setangkai Bunga Sosiologi*. Jakarta: Yayasan Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia

Soeprapto, Ryadi. 2000. *Interaksionisme Simbolik: Perspektiof Sosiologi Modern*. Malang: Averroes Press dan Pustaka Pelajar

Soekarno, Ir. 1964. *Di Bawah Bendera Revolusi, Jilid I*. (Cetakan Ketiga). Jakarta: Panitia Penerbit Di Bawah Bendera Revolusi

Soyomukti, Nurani. 2008. *Memahami Filsafat Cinta*. Jakarta: Prestasi Pustaka

--------. 2008. *Hugo Chavez Vs Amerika Serikat*. Yogyakarta: Garasi

Spring, Janis Abrahms, Ph.D dan Michael Spring. 2006. *After The affair: Menyembuhkan Sakit Hati dan Membangun Kembali Kepercayaan Setelah Pasangan Berselingkuh*. Jakarta: TransMedia

Surjomihardjo, Abdurrachman dan Leo Suryadinata. 1980. *Beberapa Segi Perkembangan Sejarah Pers Indonesia.* Jakarta: Deppen-Leknas

Susanto, Budi, et.al. (Eds). 1992. *Citra Wanita dan Kekuasaannya Seri Siasat Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius

Toer, Pramoedya Ananta. 2004. *Nyanyi Sunyi Seorang Bisu*. Jakarta: Lentera Dipantara

--------. 2006. *Anak Semua Bangsa*. Jakarta: Lentera Dipantara

Tubbs, Stewart L. dan Sylvia Moss. 1996. *Human Communication: Konteks-konteks Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Veeger, K.J. 1985. *Realitas Sosial: Refleksi Filsafat Sosial atas Hubungan Individu-Masyarakat dalam Cakrawala Sejarah Sosiologi*. Jakarta: Gramedia

Walsh, Anthony. 1991. *The Science of Love: Understanding Love and Its Effects on Mind and Body*. New York: Promotheus

Watson, John B. 1930. *Behaviorism*. Chicago: University of Chicago Press

Wood, Allan. 2006. *Reason and Revolt*. Yogyakarta: IRE Press

Zoeltom, Andy (ed.). 1984. *Budaya Sastra*. Jakarta: CV. Rajawali

Koran, Majalah, Jurnal, Ensiklopedi, Makalah:

"A desperate Chavez Campaign", dalam *Green Left Weekly*, 22 November 2006.

Azyumardi Azra. *Indonesia, Bush, dan "Soft Power"*, dalam *KOMPAS*, Selasa 21 November 2006

Brian Ellsworth, *Media take sides in Venezuela Crisis*, *Houston Chronicle*, 20 Desember 2002

Budiman Sujatmiko, *Bahaya Fasisme*. *Mitos atau Realitas?*, dalam *KOMPAS*, 28 Mei 2001, hlm. 4

"Cetak Mencetak", dalam 'Ensklopedia Nasional Indoesia', Jilid IV, Jakarta, 1989, hlm. 88-89

"Civilisation", dalam *Encyclopaedia Britannica* 15th ed. Vol. II, Encyclopaedia Britannica, Inc., 1974, hlm. 956

Conrad Kottak, "Television's Impact on Values and Local Life in Brazil", dalam *Journal of Communication*, 41 (1) , Winter, 1991

Eric Hiariej, *Mengeluarkan Militer dari Politik*. UNISIA No. 37/ XX/1/1998, hlm. 53

Francis A. Vicki Djalong, Rasionalitas, *Operasi Sistem dan Konflik Sistemik: Sebuah Sketsa Mengenai Realitas Masyarakat Kapitalis*. Dalam KIBAR: Paradigma Ilmu-Ilmu Sosial dan Transformasi Sosial, diterbitkan oleh Litbang LPPM Sintesa FISIPOL UGM No. 1, Mei, 1998

Hilmar Farid Setiadi, "Kolonialisme dan Budaya: Balai Poestaka di Hindia Belanda", *PRISMA*, No. 5, Mei 1987, hlm. 26

"*Italy: 1 Million March Against Bush's War on Iraq*" dalam *Green Left weekly*, November 20, 2002, hlm. 12

"Jerman, Dilema Multikulturalisme Eropa", *Kompas*, Minggu 24 Oktober 2010, hlm. 10

John Pilger, "The American Want Iraq's Oil" dalam *Green Left* weekly, December 11, hlm. 15

"*Keluarga Kunci Sukses Anak*", Jakarta: Penerbit *KOMPAS*, 2000

Kenichi Ohmae, *Berakhirnya Negara Bangsa*. Terjemahan Sunarto Ndaru Mursito, dalam Jurnal Analisis CSIS tahun XXV No. 2, 1996

Leo Batubara, ”Edaran MA, Sinar Terang bagi Pers”, *KOMPAS,* Rabu, 28 Januari 2009

Resivron Basir, *Membuka Topeng "Konsensus Washington",* dalam *KOMPAS*, Sabtu 19 April 2003, hlm. 33

R.M. Entman, "Framing: Toward Classification of Fractured Paradigm", dalam *Journal of Communication*, Vol. 42, No. 4, 1993

Rubin, Barry. "Understanding Anti-Americanism", *Foreign Policy Research Institute*, August 2004

Sindhunata, "Dilema Globalisasi", dalam *BASIS* No. 01-02, Tahun Ke-52, Januari-Februari 2003, hlm. 6-7

Stuart Hall, *The Problem of Ideology—Marxism Without Guarantees*, dalam Journal of Communication Inquiry, 10(2), 28-44, hlm. 29

Sulistiyono, Adi, "Pencarian Posisi Hukum Pers dalam Kontur Hukum Nasional", Makalah disampaikan dalam Seminar "*Kebangkitan Nasional dan Kebangkitan Pers Indonesia*" yang diselenggarakan oleh Persatuan Wartawan Indonesia Cabang Jawa Tengah Semarang, 5 Juni 2008

"Wawancara khusus dengan Friedman", dalam Tempo, No. 34/ XXIX/23-29 Oktober 2000, hlm. 108

Website:

”Pendidikan untuk anak perempuan di Indonesia”, dalam www.unicef.org/indonesia/id/Facts_sheet_on_Girls_education_ind_pdf.

Venezuela Negeri di Ambang Revolusi, dalam http://pdsorganiser.top-cities.com/bacaanprogresif/Intl/Venezuela.htm

William Graham Summer dalam www.criticalthinking.org

"Bercermin dari Bangkrutnya Media Cetak AS", dalam http://republika.co.id:8080/koran/0/34459/Bercermin_dari_Bangkrutnya_Media_Cetak_AS

Freedom House, *http://www.freedomhouse.org/template.cfm?page=1*

Razif, "Bacaan Liar, Kebudayaan, dan Politik pada Jaman Pergerakan", dalam http://www.geocities.com/edycahy

Ken Buddha Kusumandaru, *Imperialisme: Memperkenalkan Konsep Lenin tentang Imperialisme*, dalam http://pdsorganiser.topcities.com/bacaanprogresif/Imperialisme1.htm

David Michael Smith, *The Growing Revolt Againts Globalization*, dalam http://www.impactpress.com/articles/augsep02/globalization890 html

Silvio Waisbord, *Media concentration in Latin America*, dalam www.venezuelanalysis.com

Justin Delacour, "Framing Venezuela: US Media's Anti-Chavez Bias", *Counterpunch*, June 1, 2005 atau dalam http://www.mltoday.com/Pages/Commentary /JDelacour-FramingVenez.html

Maurice Lemoine, "Venezuela's Press Power: How Hate Media Incited the Coup Against the President" dalam Le Monde Diplomatique atau dalam http://mondediplo. com/2002/08/10venezuela

Maurice Lemoine, "WHO RULES: ELECTED PRESIDENT OR SELF-APPOINTED CIVIL SOCIETY?: Venezuela: a coup countered", Le Monde Diplomatique atau dalam http://mondediplo. com/2002/05/09venezuela

Zely Ariane, *Banyak Hal Terjadi Di Venezuela*, dalam http://www.prd-online.or.id/id/ index.php?option=com_content&task=view&id=89&Itemid=1&lang

Gregory Wilpert, "*Pre-election Analysis Venezuela Enters Normality (Sort Of)*", www.venezuelanalysis.com, Sunday, Dec 3 2006

Jason Bennetto, "Holocaust: Gay Activists Press for German Apology", dalam *The Independent*, lihat http://findarticles.com/p/articles/mi_qn4158/is_/ai_n14142669

"Rasa Anti Amerika Tetap Tinggi", http://www.voanews.com/indonesian/archive/2005-07/2005-07-11-voa13.cfm

"The Clash of Civilization?" *Foreign Affairs*, Summer 1993, atau lihat di http://www.hks.harvard.edu/fs/pnorris/Acrobat/Huntington_Clash.pdf

Dafna Linzer (23 Juli 2004). "Poll Shows Arab Rancor at US", dalam http://www. washingtonpost.com/ac2/wp-dyn/A7080-2004Jul22?language=printer

Nuraini Juliastuti, *Media Selebritis Indonesia*, dalam http://kunci.or.id/esai/nws/11/seleb_media.htm

"Venezuela's 2000 Election Results", dalam www.wikipedia.com

Profil Penulis

c r d

NURANI, S.Sos—atau yang sering menggunakan nama pena Nurani Soyomukti (www.esaipolitiknurani.blogspot.com)—adalah seorang pendidik, penggagas, dan pembicara di berbagai forum tentang hubungan demokratis dan tema-tema sosial, politik, dan kebudayaan. Opini, esai, dan puisinya tersebar di berbagai media massa nasional dan belasan bukunya tentang sosial-politik, pendidikan, dan psikologi popular sudah diterbitkan dan beredar di toko buku se-Indonesia. Bahkan, tiga bukunya, masuk di National Library of Australia. Judul-judul buku yang sudah terbit dan beredar adalah (1) *Menguak Aib Seks Bebas dan Hedonisme Selebritis* (Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia, 2010); (2) *Pengantar Ilmu Sosiologi* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2010); (3) *Memahami Filsafat Cinta* (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2008); (4) *Revolusi Bolivarian, Hugo Chavez, dan Politik Radikal* (Yogyakarta: Resist Book, 2007); (5) *Hugo Chavez Vs Amerika Serikat* (Yogyakarta: Garasi Book, 2008); (6) *Revolusi Sandinista: Perjuangan Tanpa Akhir Melawan Neoliberalisme* (Yogyakarta: Garasi, 2008); (7) *Dari Demonstrasi*

Hingga Seks Bebas: Mahasiswa di Era Kapitalisme dan Hedonisme (Yogyakarta: Garasi, 2008); (8) *Revolusi Tibet* (Yogyakarta: Garasi Book, 2008); (9) *Manusia Tanpa Batas* (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2008); (10) *Pendidikan Sosialis: Teori dan Praktik* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2008); (11) *Bung Karno dan Nasakom (Nasionalisme, Agama, dan Komunis)* (Yogyakarta: Garasi Book, 2008); (12) *Intimacy: Menjadikan Kebersamaan Dalam Pacaran, Perkawinan, dan Merawat Anak Sebagai Surga Kehidupan* (Surabaya: Prestasi Pustaka, 2008); (13) *Perempuan di Mata Soekarno* (Yogyakarta: Garasi, 2009); (14) *Terapi Broken Heart* (Yogyakarta: Garasi, 2009); (15) *Soekarno, Vivi Budaya, dan Revolusi* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2010); (16) *Teori-Teori Pendidikan: Tradisional, Liberal, Marxis-Sosialis, Posmodernis* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2010); (17) *Soekarno Otoriter?* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2010); (18) *Metode Pendidikan Marxis-Sosialis: Antara Teori dan Praktik* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2008); dan (19) *Pendidikan Berperspektif Globalisasi* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2008).

Setelah lulus dari Ilmu Hubungan Internasional, ia sempat menjadi peneliti tamu (*fellow researcher*) di International Center for Islam and Pluralism (ICIP) Jakarta selama 6 bulan pada 2005. Sejak 2006, ia dipercaya sebagai pengurus pusat sebuah organisasi pemuda hingga awal 2008. Pada 2007, ia dinobatkan sebagai penulis muda oleh Menteri Pemuda dan Olahraga karena memenangkan Sayembara Penulisan Esai Pemuda 2007 dan bersama Kementerian Pemuda dan Olahraga (MENPORA) merayakan Hari Sumpah Pemuda di Jakarta pada 28 Oktober 2007.

Setelah merasa "capek" tinggal di Jakarta, ketertarikannya pada dunia pendidikan dan penyadaran membuatnya lebih suka berhadapan dengan anak-anak desa. Kini, sambil mengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Islam Balitar (UNISBA), profesinya sebagai penulis dan pembicara semakin matang. Dia juga mendirikan SEKAR (Sanggar Edukasi, Kreasi,

dan Aspirasi Rakyat) yang dikelola bersama aktivis dan seniman di desa kelahiran dan tempat tinggalnya. Penulis bisa dihubungi di surel/Facebook (soyo.mukti@yahoo.com).

Indeks

c r d

Acta Diurna 17
Adorno, Theodor 28
afektif 65, 195
Aichines 14
aktualitas 199
akulturasi 327
alienasi 155, 295
aliran informasi 183, 184, 186
analisis framing 49, 53
Analisis percakapan 47
analisis wacana 45, 46, 48, 49
anggota organisasi 179
Antropologi 21, 36, 321
Aristoteles 14, 15
Armand, Innesia 29
arus informasi 23
asimilasi 93, 328
autisme 116

B

B.F. Skinner 74, 75
B. Watson 74
bahasa 13, 14, 16, 17, 26, 33, 35, 44, 45, 46, 47, 48, 55, 62, 71, 72, 79, 80, 81, 87, 89, 94, 95, 102, 113, 117, 141, 142, 143, 146, 147, 179, 219, 249, 250, 251, 252, 254, 256, 276, 279, 297, 305, 313, 315, 318, 324, 330, 341, 342, 343, 344, 345
Barthes, Roland 44
Bate, Barbara 33
Behaviorisme 75, 79
benturan peradaban 309, 312
berpikir logis 138
berpikir rasional 39, 130, 138, 229

Beterson 49
bias gender 30, 32
BLINK 134, 135, 137
Blumer, Herbert 82, 83
Bonaparte, Napoleon 17
Borisoff, Deborah 32, 33
borjuis 51, 52, 121, 130, 225, 229, 238, 270, 288, 303, 332, 333, 336, 342, 345, 346
Bowker, Judy 33
Brooks, Keith 22
Bucher 18
Burke, Kenneth 37

C

Caesar, Gaius Julius 17
Chavez, Hugo 50, 267, 269, 274, 275, 277, 278, 282, 283, 284, 285, 288, 308, 367
Chomsky, Noam 267, 305
Cicero, Marcus Tulius 16
Code 57
Conformatio 16
Cooley, Charles 23

D

Dance 56
de-teritorialisasi 233
decoder 60
Demosthenes 14
Der Empfanger 19
de Saussure, Ferdinand 44
Des Ereignis 18
determinisme ekonomi 220
Detik 212
Dewey, John 23, 26, 259, 260
Dialektika 14, 100, 102
Die Wirkung 19
difusi kebudayaan 326
dikotomi kelas 51
discovery 325, 326
dissuasio 16

E

E.M. Griffin 37
E.P. Thompson 28
Edison, Thomas Alfa 115
Editor 212, 277
efek komunikasi 64
Ellsworth, Brian 50, 51, 270
encoding 59
Engels 220, 221, 249
Ethnopoetics 48
etika ekonomi 349
etika global 349, 350, 351
Etnografi komunikasi 47
evaluasi 50, 102, 107, 153, 182, 255
Exordum 16

F

Fairclough, Norman 46
fatalisme 132
femininitas 31
feminisme 28, 29
Fowler, Roger 46
Freud, Sigmund 23, 67, 76, 79, 108
freudianisme 75
Fromm, Erich 106, 108, 157, 250

fungsi 36, 47, 48, 80, 86, 90, 91, 181, 198, 207, 208, 209, 213, 216, 258, 262, 268, 330

G

Gardner, Howard 342
gaya bahasa 342
gejala komunikasi 12, 21, 34, 36, 37, 221
gender 27, 30, 31, 32, 33, 48, 165, 166, 245
Georgias 13
Gerbner, George 264
globalisasi 222, 224, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 241, 242, 243, 244, 245, 255, 262, 272, 292, 307, 312, 346, 348, 351
globalisasi kapitalis 240, 263
global paradox 232
globalution 234
global village 240, 261
Goffman 49
Gutenberg, Johannes 17

H

Habermas, Jurgen 34, 249
hakikat komunikasi 66
Hall, Stuart 28, 268
Hardt, Hanno 25, 26, 264
Hegemann, Walter 18
Hellinger, Daniel 274
Hitler 249, 275, 297, 299, 300, 301, 302
Hoggart, Richard 28
homo significan 81
homo simbolicum 81
Horkheimer, Max 28, 264, 334
Hovland, Carl 23
hypodermic 196

I

iklan media cetak 205
ilmu pengetahuan murni 20
Ilmu Persuratkabaran 18
Ilmu Psikologi Kognitif 49
Ilmu Publisistik 18
ilmu sosial terapan 21, 26
imajinatif 119
imperialisme 236, 237, 239, 241, 242, 243, 244, 245, 247, 248, 283, 287, 311, 312
Indonesia Times 211
informasi 11, 12, 13, 17, 19, 22, 38, 39, 49, 55, 56, 57, 63, 65, 74, 86, 90, 93, 94, 95, 111, 112, 113, 135, 138, 142, 143, 147, 170, 171, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 188, 189, 191, 193, 196, 198, 199, 201, 202, 204, 216, 217, 219, 222, 224, 226, 232, 235, 236, 240, 241, 259, 260, 261, 262, 266, 273, 275, 276, 278, 280, 281, 288, 325, 339, 340
informasi informal 189, 190
inovatif 119
inquiry learning 195
inspirasional 119
integratif 182

interaksi 11, 36, 39, 40, 47, 82, 83, 84, 88, 95, 116, 141, 142, 143, 144, 150, 152, 174, 175, 183, 189, 190, 193, 202, 234, 235, 290, 291, 308, 312, 318, 320, 324, 328, 329, 332
interaksi komunikatif 249
Interaksionalisme Simbolis 82
interaksi sosial 83, 141
internet 64, 166, 204, 205, 217, 236, 257, 281
intuitif 119
invention 325, 326
Investio 16
isi pesan 45, 111

J

J. Bradac 22
Jengis Khan 12

K

kapitalisme 28, 48, 130, 132, 224, 225, 227, 228, 229, 232, 236, 237, 238, 240, 241, 243, 248, 258, 260, 261, 265, 266, 298, 301, 303, 311, 333, 337, 341, 344, 346, 348
kaum Chavistas 51, 271
kaum Sofis 13
kecerdasan kreatif 115, 116, 117, 118, 119
kehendak subjektif 120
Keiko Matsuki 47
kelompok 11, 23, 28, 35, 36, 47, 52, 59, 60, 61, 84, 98, 108, 129, 141, 142, 155, 161, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 180, 192, 199, 202, 220, 222, 224, 232, 233, 241, 246, 247, 248, 249, 257, 260, 262, 268, 270, 275, 280, 281, 282, 284, 285, 287, 288, 289, 290, 293, 294, 296, 297, 298, 302, 303, 304, 308, 315, 316, 320, 323, 325, 327, 328, 330, 331, 336, 339, 342, 343, 344, 345
kelompok sosial 35, 173, 315, 321
Kerajaan Mesopotamia 12
kerangka referensi 143
kesadaran gender 33
kesenian 318, 319, 322
kognisi 39, 46, 177
Kollontai, Alexandra 29
kolonialisme 29
Kompas 53, 147, 196, 209, 211, 242, 261, 294, 304
komunikan 6, 37, 38, 60, 61, 62, 63, 65, 86, 88, 90, 93, 97, 98, 127, 151, 176, 177, 178, 191, 192, 197, 198
komunikasi dialogis 143
komunikasi diri 103, 107
komunikasi horizontal 188, 189
komunikasi interpersonal 59, 117, 126, 141, 144, 145, 148, 150, 152
komunikasi intrapersonal 59, 105, 111, 112, 117, 139, 144

komunikasi kelompok besar 176, 177, 178
komunikasi kelompok kecil 177, 178
komunikasi lintas-budaya 293
komunikasi lintas saluran 189
komunikasi massa 6, 23, 45, 59, 61, 97, 98, 176, 191, 192, 194, 195, 196, 199, 207, 333
komunikasi organisasi 59, 98, 180, 182, 183, 192
komunikasi politik 65, 98
komunikasi publik 59, 88, 98, 176
komunikasi terapeutik 71
komunikator 6, 37, 45, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 69, 80, 85, 86, 88, 90, 97, 98, 176, 177, 191, 193, 194, 197, 198
konatif 65
kontak sosial 11, 142
kontinuitas 199
kontrol 86, 100, 182, 199, 200, 207, 209, 213, 221, 272, 281, 344
koordinasi 182
korporasi industri media 240
Kottak, Conrad P. 43
Krupskaia 29
kualitatif 41, 42, 43, 44, 45, 253, 309
kuantitatif 41, 42, 43, 82

L

lambang 38, 62, 80, 95, 114, 141, 262, 300
Larson 56
Laswell, Harold 23
Lazarfeld, Paul 23
Lazarsfeld 23, 24, 197
Leather, Dale G. 94
LeGault, Michael 134
Lenin 29, 231, 237, 238, 239, 241, 255
Lewin, Kurt 23
Lilina, Zinaida 29
linguistik 80, 87, 342
Linton, Ralph 321
Littlejohn, Stephen W. 22, 39, 83, 152
logika 133, 138

M

Marcuse, Herbert 28, 107
Marx, Karl 14, 99, 219, 221, 228, 237, 249, 250, 254
Marxis 27, 220, 249, 250, 252, 253, 255, 268, 368
Marxis-Sosialis 28, 368
Marxisme Kultural 27
Marxisme Ortodoks 27
Masa Kini 211
maskulinitas 31
Maslow, Abraham 75, 76, 79
masss communication science 21
masyarakat jaringan 240, 261
mazhab Chicago 25

mazhab Frankfurt 27, 264
McLuhan, Marshal 240, 261
Mead, George 23
media audio 201
media audio-visual 201
media cetak 200
media massa 52, 63, 198, 200, 202, 332
melek media 195
memahami 82, 91, 106, 124, 367
memori 111, 112, 113, 227
mengevaluasi 91, 92, 195, 223, 257
mengingat 92, 209, 302
menyimak 91
Merdeka 53, 211
merespons 92
Merill, Lisa 33
metode studi kasus 41
metode survei 24, 41
Mills, Sara 46
motif 36, 58, 61, 66, 67, 68, 69, 71, 86, 110
multi-lokal 234
multiple-research strategies 41
mutual understanding 47, 143

N

Narratio 16
Nazi 23, 28, 248, 297, 298, 299, 300, 301, 302
nazisme 297, 298, 302
Neo-Marxis 27
neoliberalisme 236, 266, 273, 288, 295, 297, 333
Newton, Isaac 74
non-verbal 33, 81, 94, 95, 200, 332
nonmediated communication 62

O

observasi 23, 41
olfactory 38
opini publik 19, 36, 88, 199, 277
Ordo Collocatio 16
organisasi sosial 314, 331
otoriterisme 28

P

papyrus 17
Park, Robert 23
patriarki 31
pedoman organisasi 180
Pelita 211
pembaca 49, 61, 99, 126, 127, 134, 193, 196, 200, 257, 340
pemikiran kritis 119, 122, 127, 129, 138, 139, 146, 258, 265, 305
pemirsa 61, 267
pendapat 24, 31, 39, 51, 52, 68, 83, 142, 207, 208, 240, 252, 259, 260, 270, 271, 305
pendekatan budaya 28
pendekatan humaniora 44
pendengar 61, 93, 143
pengambilan keputusan 182
pengawasan 182, 210, 211, 213

pengirim pesan 58
peradaban 11, 17, 26, 115, 133, 158, 223, 231, 251, 291, 309, 310, 312, 313, 314, 315, 316, 317
peradaban Barat 315
peran 24, 25, 28, 30, 33, 36, 60, 83, 139, 162, 175, 180, 216, 251, 267, 268, 275, 276, 314, 332, 343
Peraratio 16
perencanaan 182, 243
perilaku manusia 38, 55, 69, 73, 82, 179, 323
periodisitas 199
pernyataan 13, 16, 18, 22, 39, 51, 99, 139, 180, 211, 214, 271, 290, 294, 342
pers 45, 59, 193, 196, 200, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 258, 260, 278, 281
persepsi 12, 36, 39, 44, 74, 79, 84, 88, 110, 111, 112, 113, 137, 168, 183, 184, 332
perspektif kelas 51, 270
persuasif 65, 152, 181
pertukaran informasi 180
perubahan budaya 325
pesan 5, 6, 11, 12, 13, 17, 22, 24, 30, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 40, 43, 44, 45, 46, 48, 55, 56, 57, 58, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 80, 81, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 110, 111, 112, 121, 128, 141, 142, 143, 144, 145, 147, 148, 149, 150, 153, 177, 181, 182, 183, 184, 185, 189, 191, 192, 193, 194, 197, 198, 199, 200, 201, 204, 207, 219, 222, 225, 231, 233, 281, 318, 329, 332, 333, 334, 335
pidato 13, 14, 16, 29, 37, 45, 50, 65, 276
Pierce, Charles Sanders 44
Plato 14, 15
pragmatis 25, 27, 34, 155, 156, 263
Prima philosophia 15
propaganda 36, 50, 107, 249, 268, 270, 273, 288, 301, 302, 305, 309
Protagoras 14
Psikoanalisis 79, 108
Psikoanalitis 75, 77
Psikologi Behavioristik 74
Psikologi Humanistik 75, 79
Psikologi Kognitif 79
publikasi jurnalistik 17
publisitas 199

R

redaksi surat kabar 59
relasi kekuasaan 27, 30
Reputatio 16
retorika 13, 14, 15, 16, 17, 37, 94

retrieval 113
Revolusi Prancis 1789 28
Revolusi Rusia 28
Rowe, Alan J. 118, 119
Ruggiero, Vincent Ryan 138

S

Schramm, Wilbur 23, 24, 25, 143
Science de la Presse 18
science of communication 21
Science of the Press 18
Selo Sumardjan 319
semiotik 38, 45, 49
sensasi 111, 112, 338
sikap 22, 31, 36, 39, 61, 65, 89, 93, 96, 105, 121, 151, 237, 275, 294, 304, 307, 328
simbol 38, 46, 56, 62, 81, 82, 84, 86, 87, 90, 102, 142, 200, 236, 247, 287, 318, 330, 344
Sinar Harapan 211
Sinar Pagi 211
skeptis 139
Socrates 14, 125
Sosiologi 11, 21, 23, 31, 74, 83, 173, 174, 320, 322, 367
Stael, Ludmilla 29
status 26, 36, 85, 155, 196, 202, 256, 345
stuktur organisasi 179
suasio 16
susunan pidato 16

T

tactile 38
target penerima pesan 58
target sasaran 61
tatanan sosial 219
tatap muka 47, 62, 63, 64, 87, 89, 151, 153, 329, 332
televisi 43, 50, 52, 127, 184, 191, 217, 257, 260, 263, 264, 267, 269, 270, 272, 274, 282, 285, 337, 339
Tempo 61, 211, 213, 234
Teori Kritis 27, 35
THINK 122, 134, 135, 263, 267, 341
tingkah laku 36, 52, 65, 74, 75, 76, 84, 88, 105, 116, 142, 264, 318, 324, 332, 335, 343, 344
Tradisi Fenomenologis 38
Tradisi Kibernetik 39
Tradisi Kritis 25, 40, 264
tradisi Kritis 27
tradisi Marxis 27
Tradisi Retorika 37
Tradisi Semiotika 38
Tradisi Sosio-kultural 40
Tradisi Sosio-psikologis 39
trans-lokal 234
trans-nasionalisme 233
TV 44, 48, 52, 61, 63, 64, 88, 89, 90, 127, 132, 194, 201, 258, 259, 263, 264, 265, 267, 268, 269, 270, 274, 275, 277, 278, 279, 281, 282, 285, 287,

288, 332, 333, 334, 337, 339, 340, 343

U

Uni Soviet 306, 315
universalitas 199

V

van Dijk, Teun A. 46
van Leeuwen, Theo 46
verbal 33, 37, 38, 48, 62, 72, 81, 95, 112, 146, 200, 201, 332, 342
vis-a-vis 62, 151

W

Ward, Lester Frank 74
Washington Post 52, 256, 271
William, Raymond 28

Z

Zeitungswissenschaft 18
zionisme 303, 310, 311